

青森県 環境エネルギー部 エネルギー・脱炭素政策課 御中

脱炭素経営に関するアンケート調査 報告書

～令和7年度あおもり脱炭素経営アクセラレーション業務～

2025年10月31日



Aomori Creation Partners
あおもり創生パートナーズ株式会社

目 次

■調査結果のポイント-----	2
■脱炭素経営の支援に向けて-----	6
■調査結果-----	8
1 調査目的と実施概要 (問1・2) -----	9
2 経営状況について-----	12
・問3 現在の経営状況 -----	13
3 脱炭素経営への取組状況について-----	22
・問4 脱炭素化 (CO ₂ 等の削減に向けた取組の状況)-----	23
・問5 脱炭素化に取り組む理由、取組が求められる理由-----	24
・問6 情報や取組を把握する手段-----	26
・問7 脱炭素化に向けた取組 (情報収集、研修等) の状況-----	28
・問8 脱炭素経営に関する用語の理解 -----	30
・問9 温室効果ガス排出量の把握、公表 -----	31
・問10 取組状況 (問9で排出量を把握している事業者) -----	32
・問11 排出量を把握していない理由 (問9で排出量を把握していない事業者) -----	36
・問12 取引先からの排出量の把握・削減要請の有無 -----	37
・問13 排出量削減への具体的な取組状況-----	38
・問14 青森県の脱炭素経営に関する施策の認知度-----	53
4 脱炭素経営に取り組む上での課題、必要とする支援策 -----	54
・問15 脱炭素化に取り組む上での課題 -----	55
・問16 脱炭素経営に取り組む際の相談先、相談先として想定される機関 -----	57
・問17 脱炭素経営のために行政に期待する支援 -----	59
・問18 脱炭素経営のために金融機関等の支援機関に期待する支援内容 -----	61
・問19 青森県に若者が定着するために民間企業として取り組むべきこと (自由記述) -----	62
・問20 新たに組みたいこと、県や金融機関への要望など (自由記述) -----	66

調査結果のポイント

調査結果のポイント 1/3

○現在の経営状況

- ・前年同期比で、34%の企業が売上増、半数近い企業で販売単価が上昇した一方、原材料・仕入費用、エネルギー費用、労務費・人件費とも上昇していることから、採算は全体として横這いまたは悪化している。→p13~20
- ・脱炭素に関連する課題として、「設備の老朽化」(23.2%)、「燃料価格上昇」(19.4%)が上位となっているものの、経営者の課題認識としては、人材やコスト要因に劣後する状況にある。→p21

○脱炭素経営への取組状況

- ・現在、脱炭素化の取組を進めている企業の割合は全体で21.5%。→p23
- ・脱炭素化に取り組む理由、または取組が求められる理由は、「社会的に求められているため」(65.7%)、「光熱費・燃料費等コスト削減のため」(59.8%)、「企業としての責任だから」(43.3%)が上位3位を占め、4位以下を大きく引き離している。→p24
- ・脱炭素化に向けた取組の有無により、情報を得る手段に違いがみられるため、発信対象に応じて使用するメディアを検討することで効果的な啓発活動につながることを期待される。→p26

○排出量の把握状況、削減目標・計画の策定

- ・排出量を把握している企業の割合は、12.5% (78社)となった。なお、排出量を公表している企業は4.3% (27社)に留まる。→p31
- ・排出量の把握に取り組んだことによる効果は8割以上の事業者が「エネルギーコストの削減」と回答。コスト面以外の項目では「知名度や認知度の向上」「競争力の強化、取引先や売上拡大」「社員のモチベーションや人材獲得力の強化」が1割台、「資金調達面」は1.3% (1社) に留まる。→p32
- ・排出量の把握方法は、「Excel入力等自社内で対応」が6割を超えた。→p33
- ・排出量を把握している企業のうち、5割弱が排出量の削減目標・計画を策定している。→34
- ・削減目標・計画の策定に当たっての課題として、排出量を把握している企業の4割弱が、「情報収集や数値入力等の作業が煩雑」「削減計画の策定や実行まで手回らない」と回答しており、効率化を進める上で、自動計算ツール等の活用が求められる。→p35
- ・排出量を把握していない企業にその理由を尋ねたところ、「必要性を感じない」は約2割に留まっており、排出量の把握や目標策定については、ある程度理解が進んでいることがうかがわれる。→36

調査結果の主なポイント 2/3

○取引先からの排出量の把握・削減要請の有無

- ・ 取引先から排出量の把握や削減を「求められたことがある」事業者の割合は全体で3.2%（20社）、業種別では「製造業」が5.3%（5社）と割合がやや高い。→p37
- ・ 「求めたことはないが、近い将来求められると予想している」事業者の割合は全体で15.9%、業種別では「建設業」（25.9%）、「製造業」（22.3%）と高く、「B to B」「B to G」の取引形態の割合が高い業種で警戒感がうかがわれる。→p37

○排出量削減への具体的な取組状況 →p38~52

- ①エコドライブの実施 実施割合は「取組あり」が43.5%、「取組なし」が20.2%と、23.3ポイント高い。
- ②自家用車の使用抑制 実施割合は「取組あり」でも7.5%に過ぎない。
- ③運用改善による省エネ推進 「取組あり」で実施割合が39.6%となり、「取組なし」（11.6%）より28.0ポイント高い。
- ④高効率の照明・空調・断熱の利用 「取組あり」で実施割合が65.7%となり、「取組なし」（32.7%）より33.0ポイント高い。
- ⑤省エネ型設備への更新、新規導入 「取組あり」の導入割合(44.8%)は「取組なし」（13.7%）の3倍を超える。
- ⑥再エネ100%電力・ガスプランの導入 導入割合は低いものの、「取組あり」では約1割が導入済み。
- ⑦再エネ発電設備の導入 「取組あり」の導入割合(23.9%)は、「取組なし」（5.5%）の4倍を超える。
- ⑧太陽光温水器・バイオマスボイラー等の利用 「取組あり」「取組なし」とも導入は進んでいない。
- ⑨カーボンオフセットの利用 実施割合は低い、「取組あり」では「検討中」が約2割となった。
- ⑩ハイブリット車の導入 「取組あり」の導入割合(53.0%)は「取組なし」（25.7%）の約2倍。
- ⑪電気自動車の導入 導入割合は低いものの、「取組あり」では「検討中」が約3割を占めた。
- ⑫暖房・給湯のヒートポンプの利用 「取組あり」の導入割合(11.9%)は「取組なし」（5.9%）の約2倍。

○脱炭素化に取り組む上での課題

- ・ 脱炭素化への取組の有無にかかわらず 「マンパワー・ノウハウ不足」を課題とする割合が7割を超えている。→p56

調査結果の主なポイント 3/3

○脱炭素経営に取り組む際の相談先、相談先として想定される機関

- ・ 相談先として想定される機関は、「設備機器メーカー」(39.1%)がトップ、次いで「県の支援機関等」(28.8%)、「電力・ガス会社」(20.7%)の順となり、これら3項目の回答割合が2割を超えている。→p57
- ・ 約2割の企業が「相談はしていない、分からない」と回答しており、意識の醸成を図る取組が求められる。→p57
- ・ 「金融機関」の回答割合は14.4%と比較的低く、排出量削減と経営上のメリットの関連性を認識しにくい状況がうかがわれる。→p57

○期待する支援内容

- ・ 行政に期待する支援内容は、回答割合が高い順に、「資金面での支援」(75.6%)、「インセンティブ拡充（補助金上乗せ等）」(34.3%)、「製品・技術の開発等に対する支援（補助金、助成金等）」(31.3%)となった。行政に期待する支援内容として「補助金」のニーズが非常に高いことがうかがわれる。→p59
- ・ 金融機関等の支援機関に期待する支援内容は、「資金面での支援」(60.3%)、「各種補助金申請支援」(31.1%)、「インセンティブ付与（融資優遇等）」(29.0%)の順となり、資金面に関するニーズが上位を占めた。→p61

○青森県に若者が定着するために、民間企業として取り組むべきこと（自由記述）

- ・ 「賃金・福利厚生向上」(44件)、「地域との連携・生活支援」(7件)、「働き方・職場環境の改善」「所得向上・格差是正」(5件)、「情報発信・企業PR」「地域活性・インフラ整備」(4件)、「キャリア形成・教育支援」「やりがい・自己実現の支援」(3件)、「ワークライフバランスの推進」(2件)。→p63~65

○新たに取り組みたいこと、県や金融機関への要望（自由記述）

- ・ 「脱炭素経営への対応」(18件)、「人材確保・育成」(14件)、「資金・補助制度への要望」(11件)、「地域活性化・若者定着」(4件)。→p66~68

脱炭素経営の支援に向けて

脱炭素経営の支援に向けて

○青森県内中小企業の主な課題

調査結果から浮かび上がる主な課題は以下の通り

1. マンパワー・ノウハウ不足（7割以上が課題と認識）
2. 温室効果ガス排出量算定の煩雑さ・方法の不明確さ
3. 設備投資に対する資金負担
4. 脱炭素のメリットが実感しづらい（特に経営面）
5. 相談先・支援機関の認知不足、特に金融機関との連携が弱い

○有効と考えられる支援策

脱炭素経営における課題に対し、有効だと考えられる支援策は以下の通り

①専門人材の派遣・伴走支援制度の強化

- ・GXアドバイザー、省エネ診断、脱炭素スクール等、県の脱炭素施策の活用により、排出量の算定や削減計画の策定を推進する。

②排出量算定のための可視化ツールの導入

- ・排出量を把握している事業者の6割が「Excel入力等自社内で対応」としており、経営改善に役立てるためにも、自動計算ツールの導入が有効。金融機関が提供する無料ツールの導入も検討すべき。

③設備更新・再エネ導入に対する補助金の拡充

- ・省エネ設備や再エネ発電設備導入に対する補助金の活用を促進するとともに、補助金申請支援体制の構築が求められる。

④金融機関と連携によるGX融資・インセンティブ制度

- ・脱炭素経営に取り組む企業に対して、インセンティブを提供する仕組みの構築を検討。

⑤地域密着型の情報発信・啓発活動の強化

- ・情報収集は担当者レベルが中心であり、用語理解も低いなどの実態を踏まえ、脱炭素経営のメリットについて啓発活動の強化が必要。

調査結果

1 調査目的と実施概要

1 調査目的

県内企業の脱炭素経営促進および支援体制構築に向け、県内企業の脱炭素への取組状況、取組を進めるに当たっての課題、支援策ニーズ等、実態を把握する。

2 実施概要

(1)調査地域：青森県 (2)調査対象：県内中小企業 1,000社 (3)調査期間：2025年7月22日～8月29日

(4)調査方法：郵送、Web併用 (5)回答企業数：624社（回答率62.4%）

3 回答企業の属性 ※問1・2

業 種	合計	取引形態				規模（従業員数）				事業形態						
		B to B	B to C	B to G	その他	20～50人	51～100人	101人以上	無回答	店舗	飲食店	事業所・営業所	工場・作業所	倉庫	その他	無回答
農林漁業	15	10	1	2	2	12	2	1	0	0	0	6	5	0	4	0
鉱業、採石業、砂利採取業	2	2	0	0	0	2	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1
建設業	170	112	10	48	0	127	33	10	0	5	0	118	28	0	6	13
製造業	94	90	3	1	0	53	26	14	1	0	0	4	83	0	0	7
電気・ガス・熱供給・水道業	5	1	3	1	0	3	1	0	1	1	0	1	2	0	0	1
情報通信業	8	6	2	0	0	1	6	1	0	0	0	7	0	0	0	1
運輸業、郵便業	39	33	6	0	0	19	9	11	0	0	0	31	0	4	1	3
卸売業	47	41	5	0	1	32	9	6	0	1	0	36	5	4	0	1
小売業	34	3	31	0	0	21	5	8	0	20	0	8	0	0	2	4
金融業、保険業	2	0	2	0	0	2	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0
不動産業、物品賃貸業	4	2	2	0	0	3	1	0	0	1	0	3	0	0	0	0
学術研究、専門・技術サービス業	15	2	3	10	0	9	6	0	0	0	0	13	1	0	0	1
宿泊業、飲食サービス業	15	1	14	0	0	8	6	1	0	5	4	2	0	0	2	2
生活関連サービス業、娯楽業	15	1	13	0	1	10	5	0	0	5	1	8	0	0	1	0
教育、学習支援業	18	0	10	3	5	11	7	0	0	1	0	7	0	0	9	1
医療、福祉	92	5	44	32	11	44	47	0	1	5	0	64	0	0	21	2
複合サービス業	2	1	1	0	0	1	1	0	0	0	0	1	0	1	0	0
サービス業（他に分類されないもの）	47	17	16	8	6	29	16	1	1	6	0	24	9	1	7	0
合 計	624	327	166	105	26	387	180	53	4	50	6	334	134	10	53	37

●構成比

業 種	合計	取引形態				規模（従業員数）				事業形態						
		B to B	B to C	B to G	その他	20～50人	51～100人	101人以上	無回答	店舗	飲食店	事業所・営業所	工場・作業所	倉庫	その他	無回答
農林漁業	15	66.7%	6.7%	13.3%	13.3%	80.0%	13.3%	6.7%	0.0%	0.0%	0.0%	40.0%	33.3%	0.0%	26.7%	0.0%
鉱業、採石業、砂利採取業	2	100.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	50.0%	0.0%	0.0%	50.0%
建設業	170	65.9%	5.9%	28.2%	0.0%	74.7%	19.4%	5.9%	0.0%	2.9%	0.0%	69.4%	16.5%	0.0%	3.5%	7.6%
製造業	94	95.7%	3.2%	1.1%	0.0%	56.4%	27.7%	14.9%	1.1%	0.0%	0.0%	4.3%	88.3%	0.0%	0.0%	7.4%
電気・ガス・熱供給・水道業	5	20.0%	60.0%	20.0%	0.0%	60.0%	20.0%	0.0%	20.0%	20.0%	0.0%	20.0%	40.0%	0.0%	0.0%	20.0%
情報通信業	8	75.0%	25.0%	0.0%	0.0%	12.5%	75.0%	12.5%	0.0%	0.0%	0.0%	87.5%	0.0%	0.0%	0.0%	12.5%
運輸業、郵便業	39	84.6%	15.4%	0.0%	0.0%	48.7%	23.1%	28.2%	0.0%	0.0%	0.0%	79.5%	0.0%	10.3%	2.6%	7.7%
卸売業	47	87.2%	10.6%	0.0%	2.1%	68.1%	19.1%	12.8%	0.0%	2.1%	0.0%	76.6%	10.6%	8.5%	0.0%	2.1%
小売業	34	8.8%	91.2%	0.0%	0.0%	61.8%	14.7%	23.5%	0.0%	58.8%	0.0%	23.5%	0.0%	0.0%	5.9%	11.8%
金融業、保険業	2	0.0%	100.0%	0.0%	0.0%	100.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	50.0%	50.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
不動産業、物品賃貸業	4	50.0%	50.0%	0.0%	0.0%	75.0%	25.0%	0.0%	0.0%	25.0%	0.0%	75.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
学術研究、専門・技術サービス業	15	13.3%	20.0%	66.7%	0.0%	60.0%	40.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	86.7%	6.7%	0.0%	0.0%	6.7%
宿泊業、飲食サービス業	15	6.7%	93.3%	0.0%	0.0%	53.3%	40.0%	6.7%	0.0%	33.3%	26.7%	13.3%	0.0%	0.0%	13.3%	13.3%
生活関連サービス業、娯楽業	15	6.7%	86.7%	0.0%	6.7%	66.7%	33.3%	0.0%	0.0%	33.3%	6.7%	53.3%	0.0%	0.0%	6.7%	0.0%
教育、学習支援業	18	0.0%	55.6%	16.7%	27.8%	61.1%	38.9%	0.0%	0.0%	5.6%	0.0%	38.9%	0.0%	0.0%	50.0%	5.6%
医療、福祉	92	5.4%	47.8%	34.8%	12.0%	47.8%	51.1%	0.0%	1.1%	5.4%	0.0%	69.6%	0.0%	0.0%	22.8%	2.2%
複合サービス業	2	50.0%	50.0%	0.0%	0.0%	50.0%	50.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	50.0%	0.0%	50.0%	0.0%	0.0%
サービス業（他に分類されないもの）	47	36.2%	34.0%	17.0%	12.8%	61.7%	34.0%	2.1%	2.1%	12.8%	0.0%	51.1%	19.1%	2.1%	14.9%	0.0%
合 計	624	52.4%	26.6%	16.8%	4.2%	62.0%	28.8%	8.5%	0.6%	8.0%	1.0%	53.5%	21.5%	1.6%	8.5%	5.9%

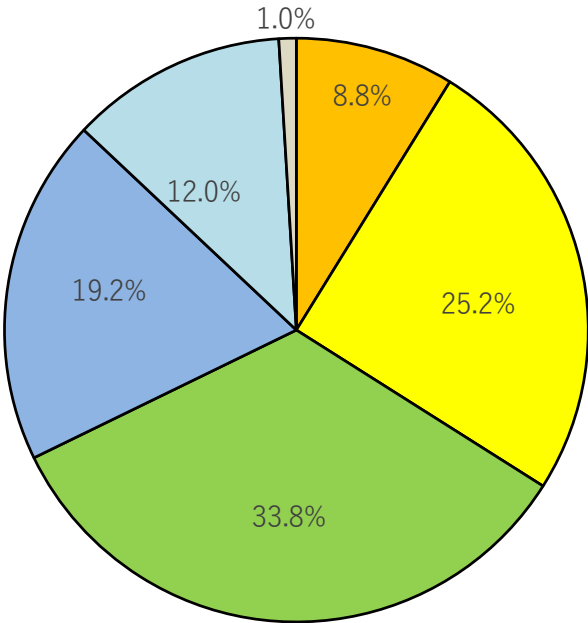
2 経営状況について

問 3 現在の経営状況 (1) 2024年1～6月と比較した2025年1～6月の状況

① 売上高または出荷高（建設業は受注高）

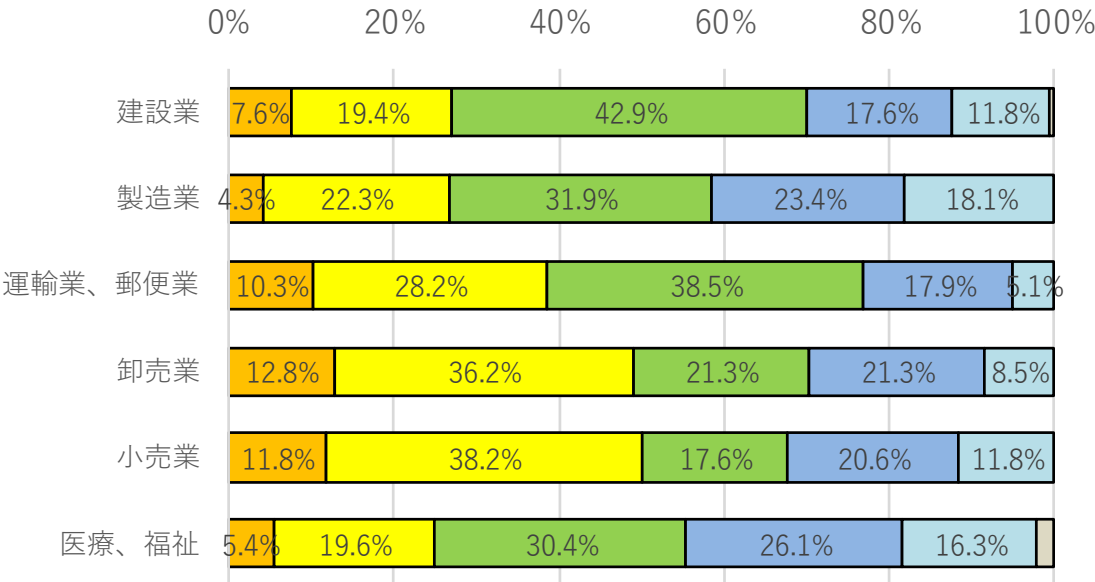
- 全体では、「増加」および「やや増加」の割合が34.0%、「ほぼ同じ」が33.8%、「やや減少」および「減少」が31.2%と拮抗している。
- 業種別では、「増加」および「やや増加」の割合は、「小売業」(50.0%)、「卸売業」(49.0%)で高い。なお、「小売業」「卸売業」では、「やや減少」および「減少」が約3割を占めており、二極化がみられる。
- 一方、「やや減少」および「減少」の割合は、「医療・福祉」(42.4%)、「製造業」(41.5%)で高い。

全体



■ 増加 ■ やや増加 ■ ほぼ同じ ■ やや減少 ■ 減少 ■ 無回答

業種別

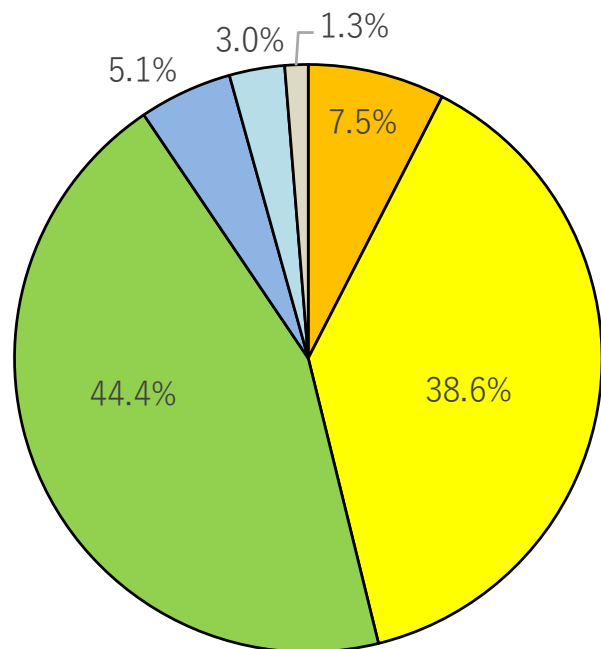


N= 全体 (624)
建設業 (170) 製造業 (94) 運輸業、郵便業 (39)
卸売業 (47) 小売業 (34) 医療、福祉 (92)

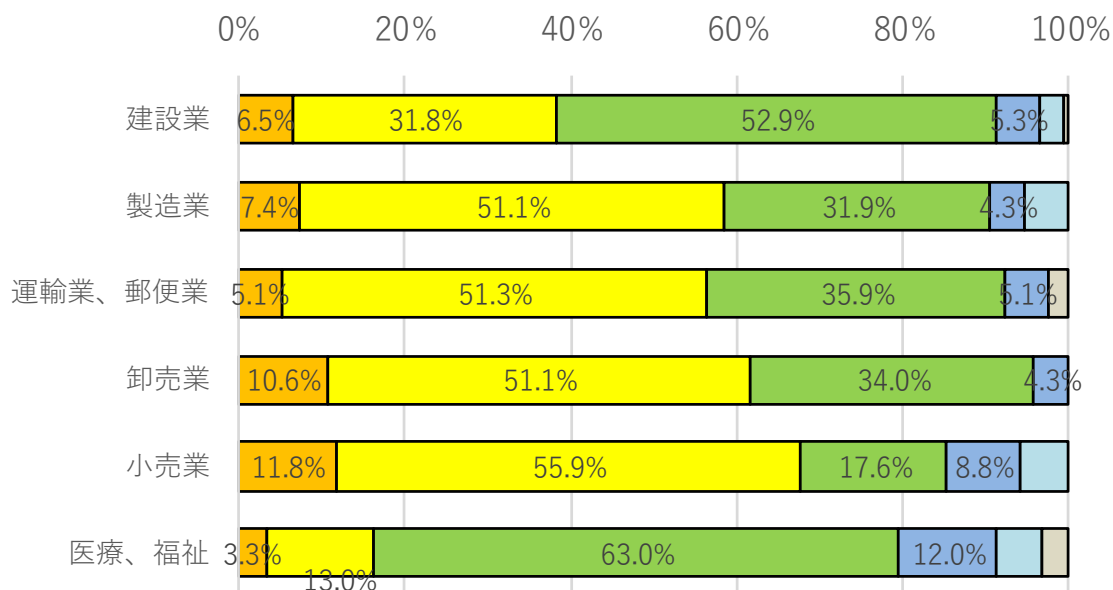
② 販売単価（受注単価・サービス価格）

- 全体では、「上昇」および「やや上昇」の割合が46.1%、「ほぼ同じ」が44.1%、「やや低下」および「低下」は8.1%となった。
- 業種別では、「増加」および「やや増加」の割合は、「小売業」（67.7%）、「卸売業」（61.7%）、「製造業」（58.8%）、「運輸業、郵便業」（56.4%）で5割を超えた。
- 一方、入札方式による受注が主体の「建設業」や、公定価格等により事業者側の価格決定余地が小さい「医療、福祉」では、「ほぼ同じ」が5割を超えた。

全体



業種別



N=

全体（624）

建設業（170）

製造業（94）

運輸業、郵便業（39）

卸売業（47）

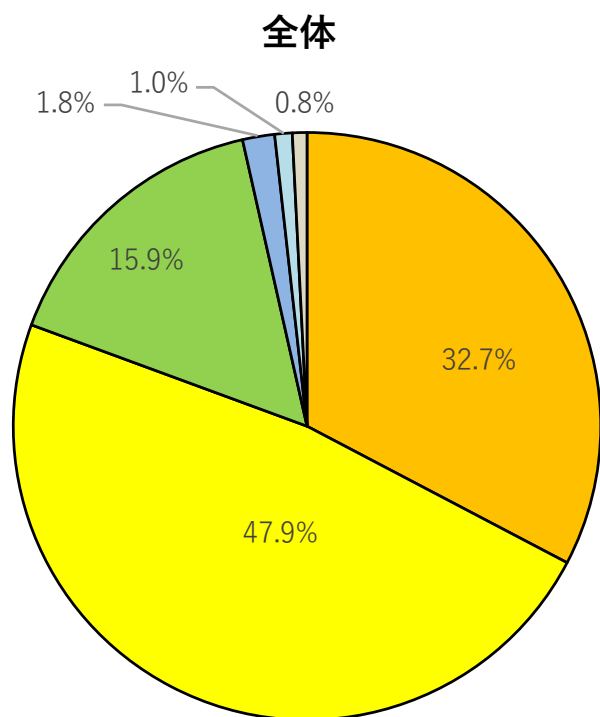
小売業（34）

医療、福祉（92）

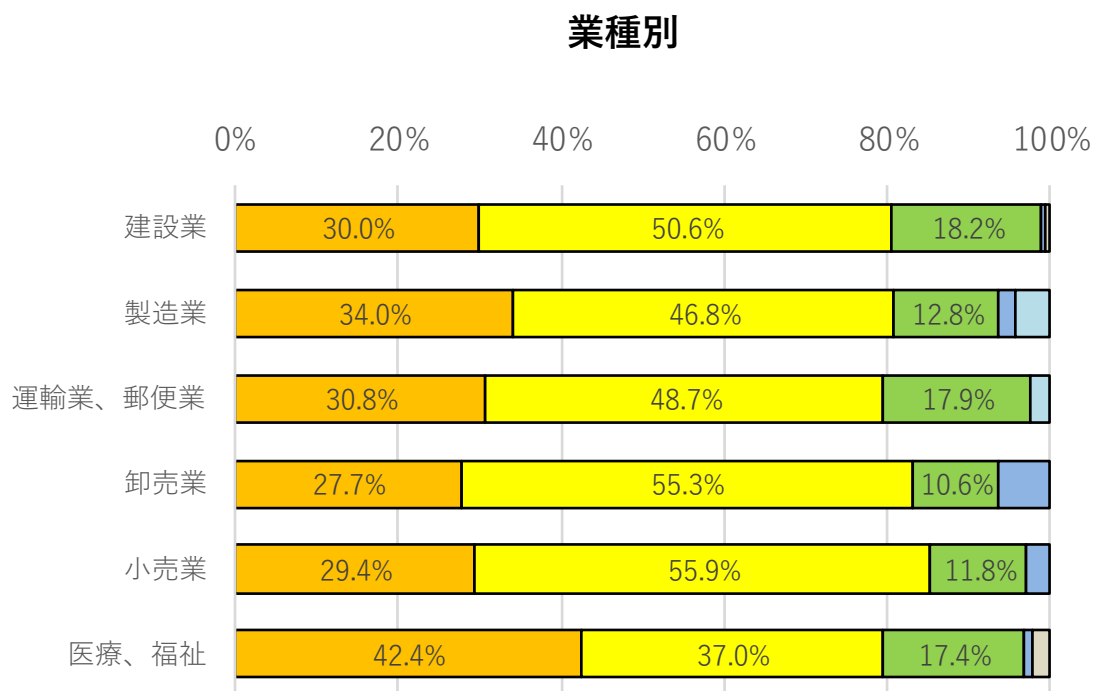
■ 上昇
 ■ やや 上昇
 ■ ほぼ 同じ
 ■ やや 低下
 ■ 低下
 ■ 無回答

③ 原材料・仕入費用

- 全体では、「増加」および「やや増加」の割合が80.6%、「ほぼ同じ」が15.9%、「やや減少」および「減少」は2.8%となった。
- 業種別では、「医療、福祉」で「増加」が4割と他の業種に比べて高い。「増加」および「やや増加」の合計でみると、すべて業種で約8割と、ほぼ同じ傾向となった。



■ 増加
 ■ やや増加
 ■ ほぼ同じ
 ■ やや減少
 ■ 減少
 ■ 無回答



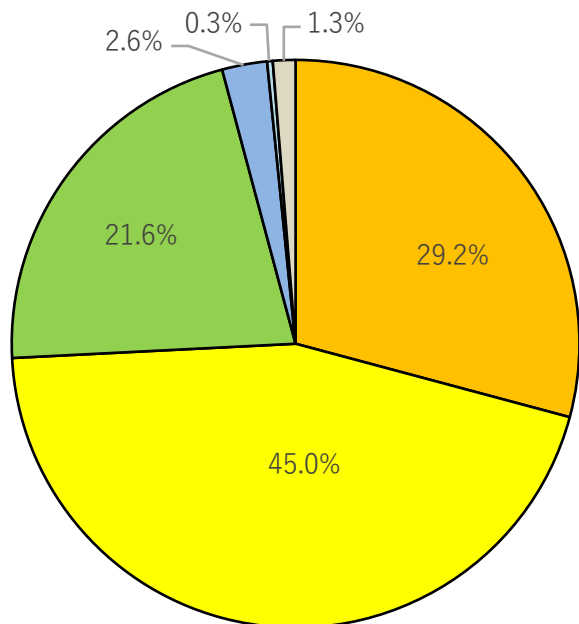
N=

全体 (624)
 建設業 (170) 製造業 (94) 運輸業、郵便業 (39)
 卸売業 (47) 小売業 (34) 医療、福祉 (92)

④ エネルギー費用

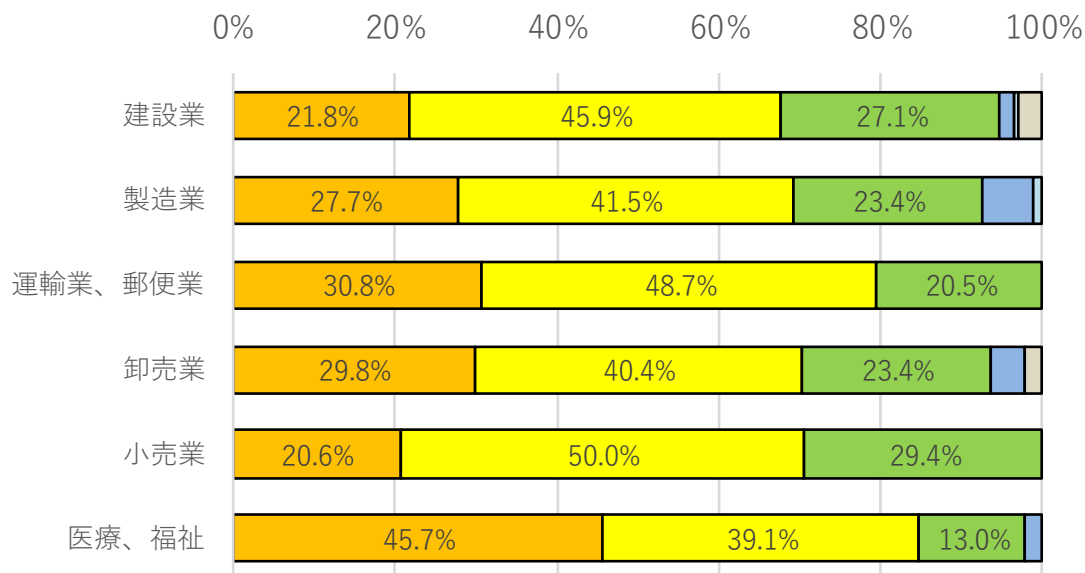
- 全体では、「増加」および「やや増加」の割合が74.2%、「ほぼ同じ」が21.6%、「やや減少」および「減少」が2.9%となった。
- 業種別では、「医療、福祉」で「増加」が45.7%と他の業種に比べて高い。「増加」および「やや増加」の合計でみると、すべて業種で約7割と、ほぼ同じ傾向となった。

全体



■ 増加
 ■ やや増加
 ■ ほぼ同じ
 ■ やや減少
 ■ 減少
 ■ 無回答

業種別



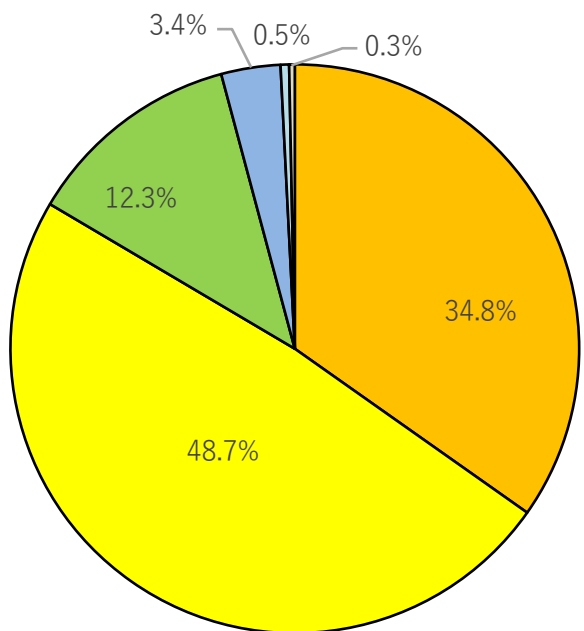
N=

全体 (624)
 建設業 (170) 製造業 (94) 運輸業、郵便業 (39)
 卸売業 (47) 小売業 (34) 医療、福祉 (92)

⑤ 労務費・人件費

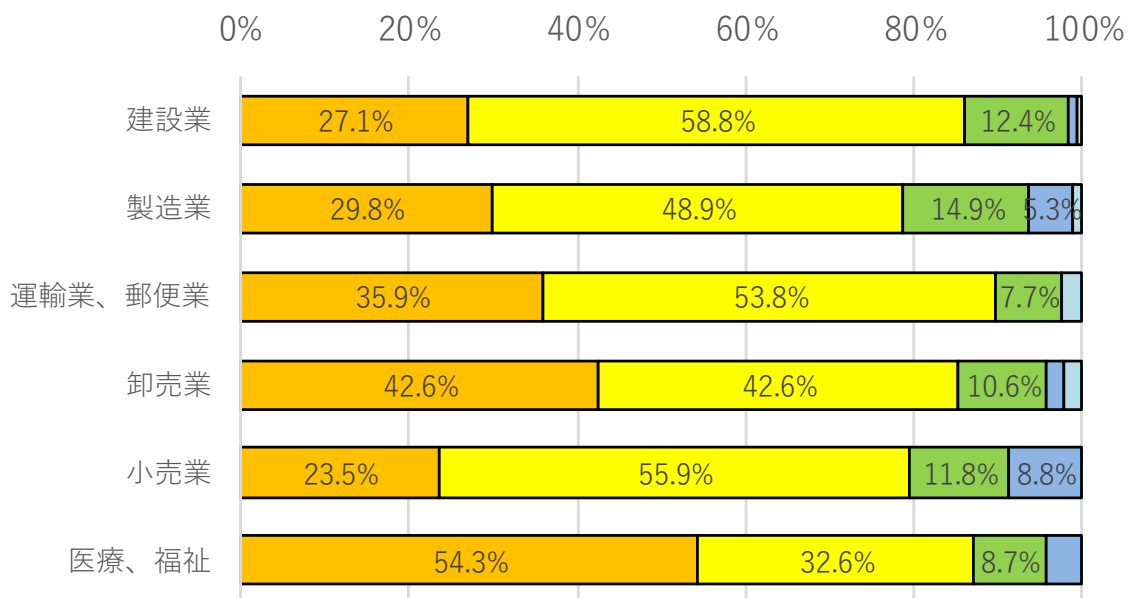
- 全体では、「増加」および「やや増加」の割合が83.5%、「ほぼ同じ」が12.3%、「やや減少」および「減少」が3.9%となった。
- 業種別では、「医療、福祉」で「増加」が6割を超え他の業種に比べて高い。「増加」および「やや増加」の合計では、すべての業種で約8割を占めた。
- 物価高騰および人手不足が常態化する中、「小売業」では「やや減少」の回答が8.8%（3社）となった。

全体



■ 増加
 ■ やや増加
 ■ ほぼ同じ
 ■ やや減少
 ■ 減少
 ■ 無回答

業種別



N=

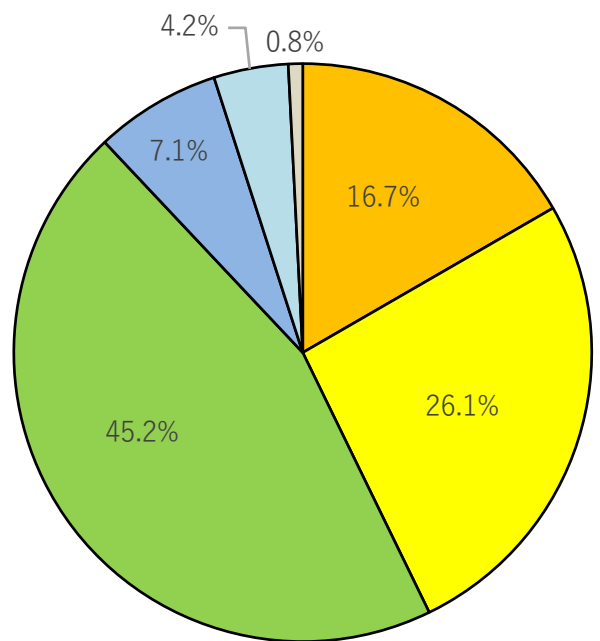
全体 (624)
 建設業 (170) 製造業 (94) 運輸業、郵便業 (39)
 卸売業 (47) 小売業 (34) 医療、福祉 (92)

⑥ 設備投資額

○全体では、「増加」および「やや増加」の割合が42.8%、「ほぼ同じ」が45.2%、「やや減少」および「減少」が11.3%となった。

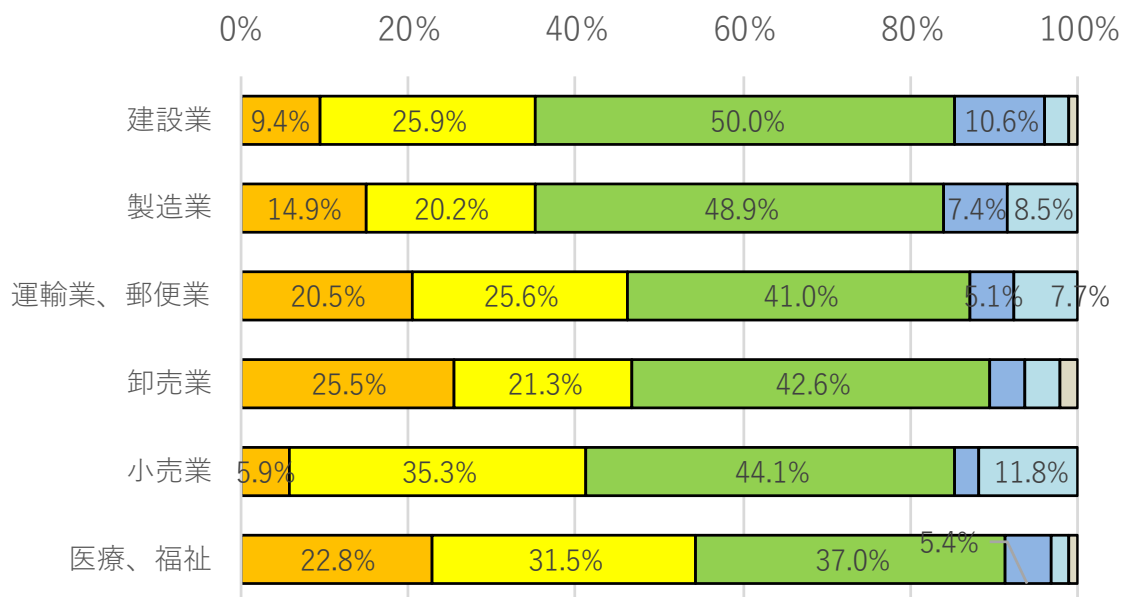
○業種別でみると、「増加」または「やや増加」の割合は、「医療、福祉」(54.3%)、「卸売業」(46.8%)、「運輸業、郵便業」(46.1%)、「小売業」(41.2%)、などの順となった。

全体



■ 増加
 ■ やや増加
 ■ ほぼ同じ
 ■ やや減少
 ■ 減少
 ■ 無回答

業種別



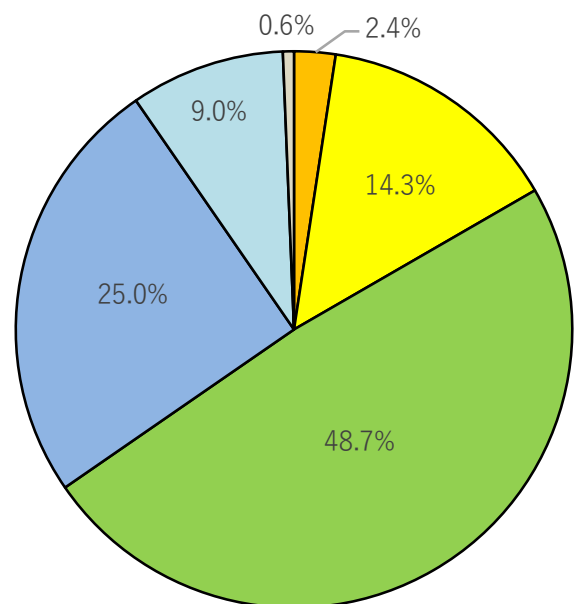
N=

全体 (624)
 建設業 (170) 製造業 (94) 運輸業、郵便業 (39)
 卸売業 (47) 小売業 (34) 医療、福祉 (92)

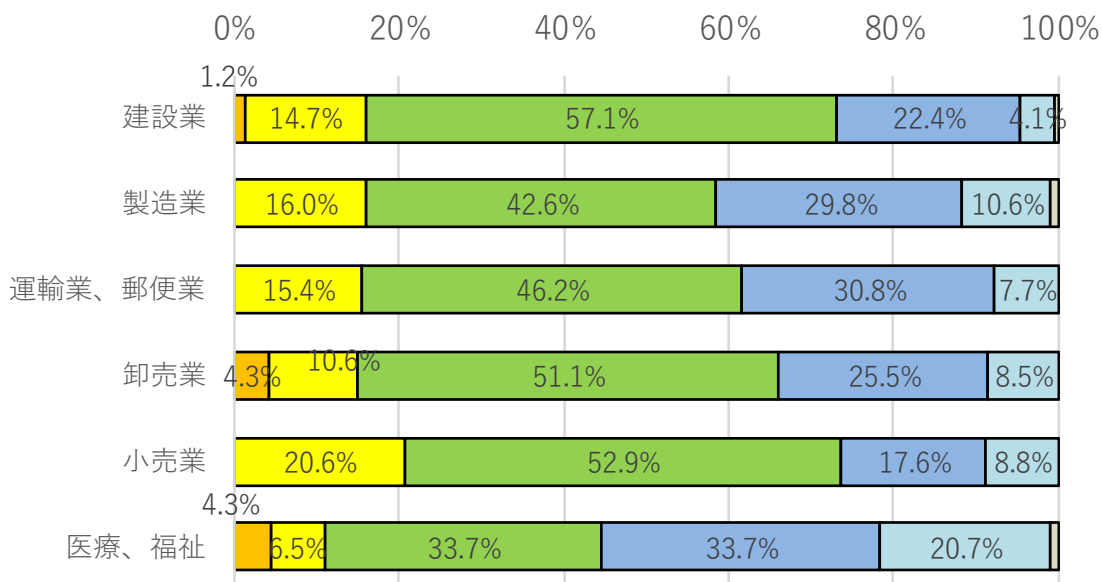
⑦ 採算

- 全体では、「好転」および「やや好転」が16.7%、「横這い」が48.7%、「やや悪化」および「悪化」が34.0%となった。前期比で売上は増加しているものの、調達コストや人件費負担の増加により、経営状況は厳しい状況が続いている。
- 業種別でみると、「増加」または「やや増加」の割合は、「医療、福祉」(54.3%)、「卸売業」(46.8%)、「運輸業、郵便業」(46.1%)、「小売業」(41.2%)、などの順となった。

全体



業種別



N=

全体 (624)

建設業 (170)

製造業 (94)

運輸業、郵便業 (39)

卸売業 (47)

小売業 (34)

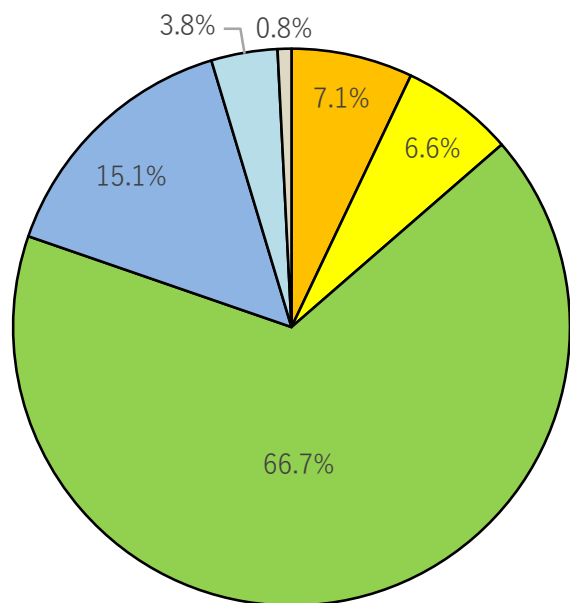
医療、福祉 (92)

■ 好転
 ■ やや好転
 ■ 横這い
 ■ やや悪化
 ■ 悪化
 ■ 無回答

⑧ 資金繰り

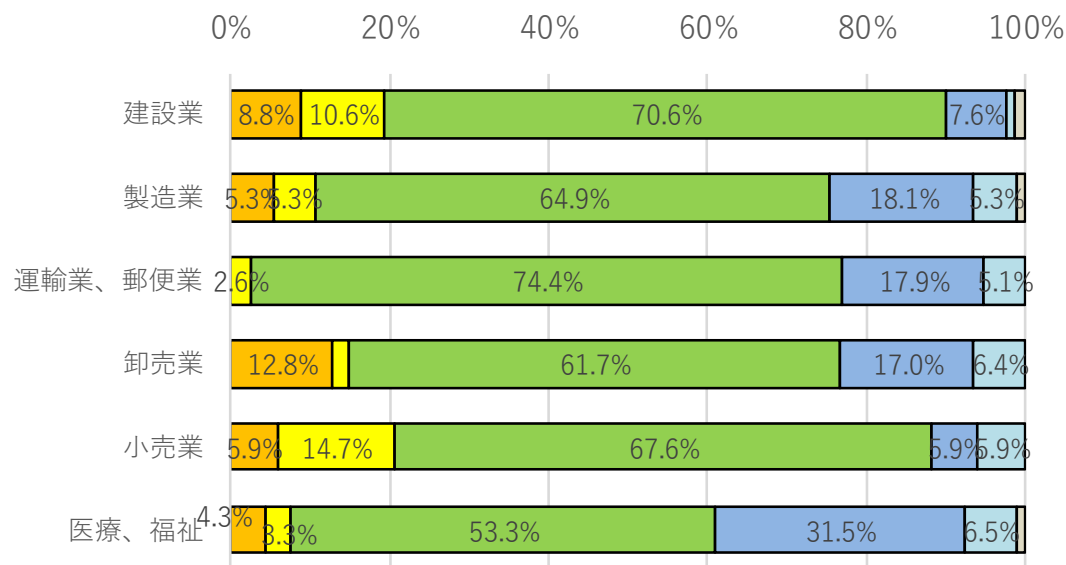
- 全体では、「普通」が7割近くを占めた。金利は上昇にあり、「やや困難」または「困難」の割合は、2割近くを占めた。
- 業種別でみると、「やや困難」または「困難」の割合は、「医療、福祉」(38.0%)で高く、「小売業」(11.8%)で低いものの、概ね資金繰りには余裕がある状況といえる。

全体



■ 容易
 ■ やや容易
 ■ 普通
 ■ やや困難
 ■ 困難
 ■ 無回答

業種別



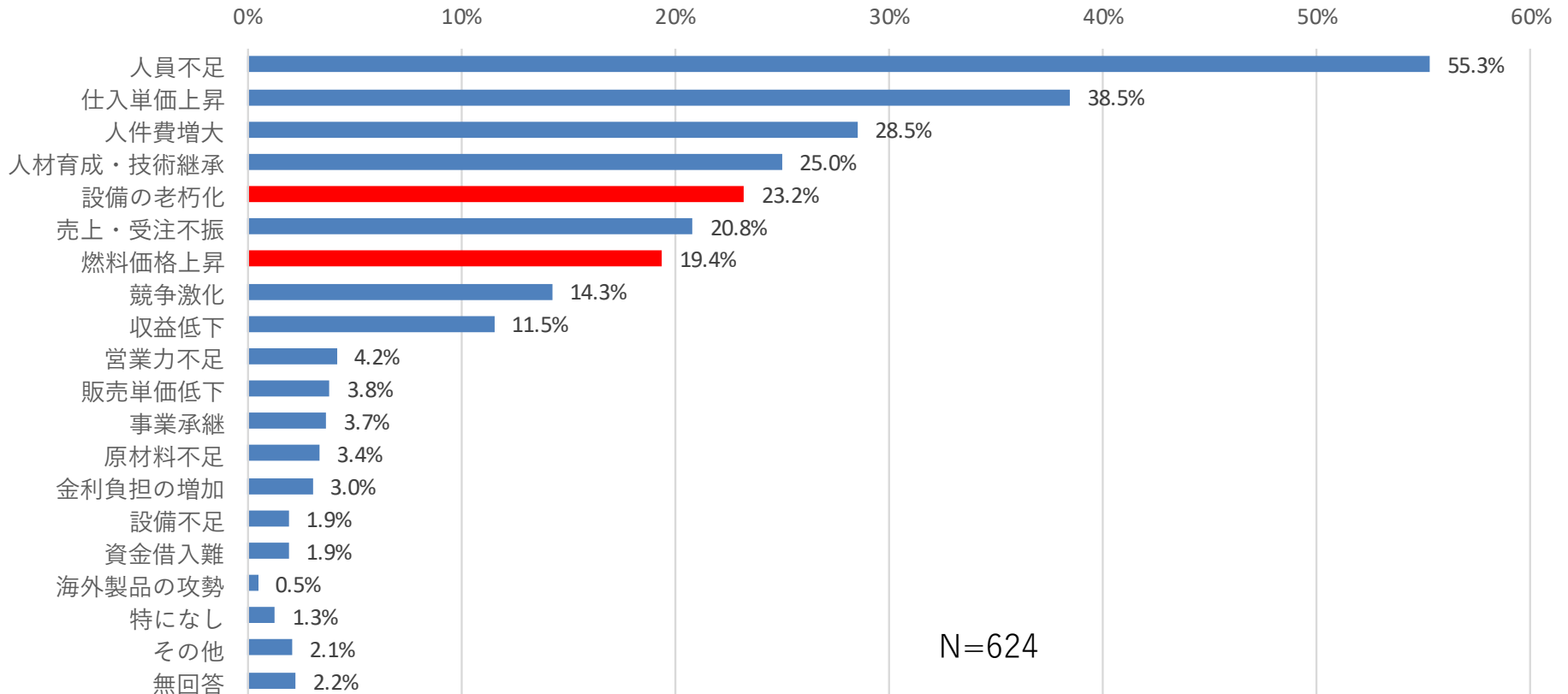
N=

全体 (624) 建設業 (170) 製造業 (94) 運輸業、郵便業 (39)
 卸売業 (47) 小売業 (34) 医療、福祉 (92)

問3 現在の経営状況

(2) 今期の経営上の問題点（3つまで選択）

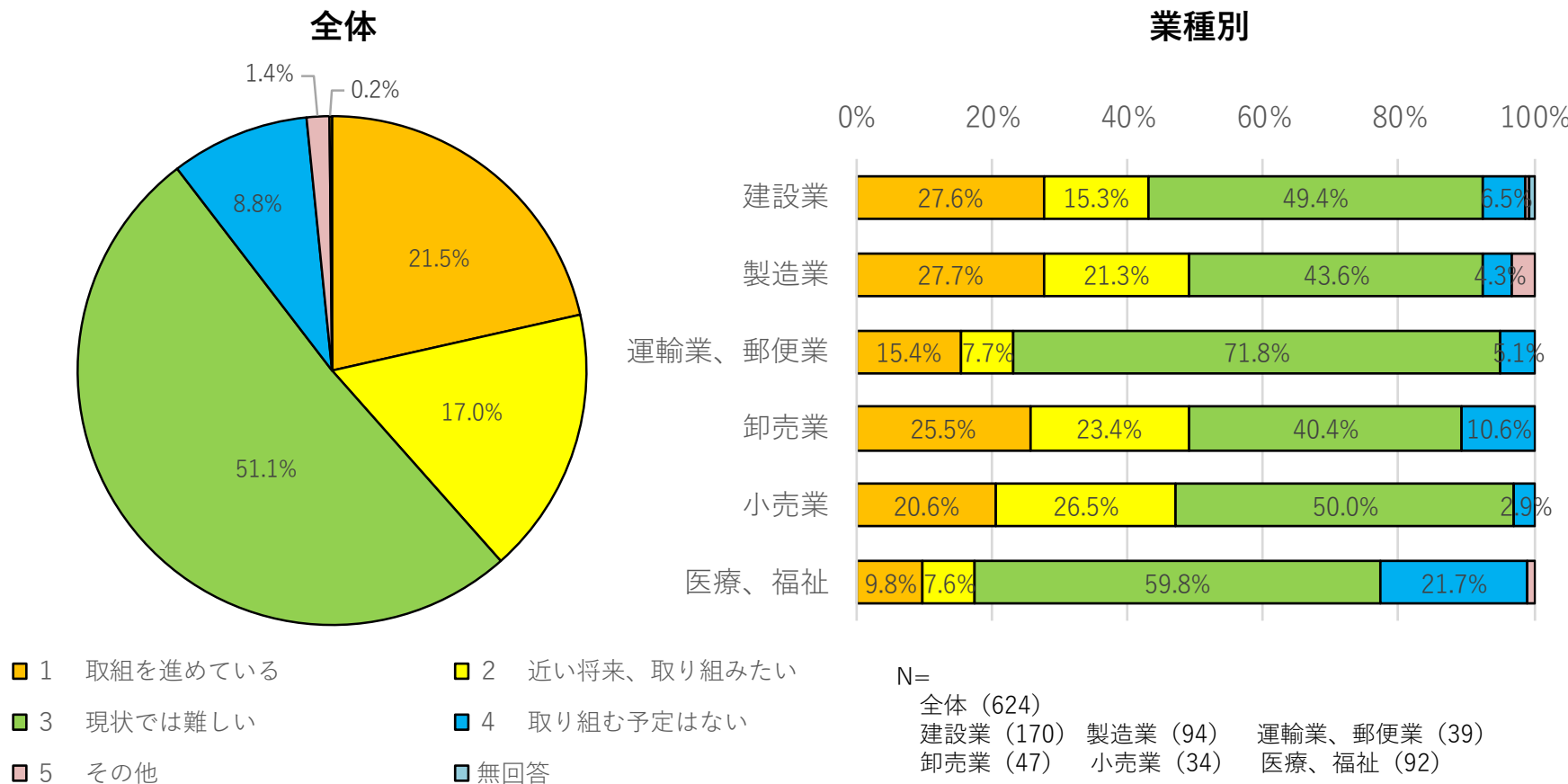
- 「人材不足」(55.3%)、「人材育成・技術継承」(25.0%)など人材に係る内容、「仕入単価上昇」(38.5%)、「人件費増大」(28.5%)、「燃料価格上昇」(23.2%)などコスト要因が上位を占めた。
- 脱炭素に関連する課題として、「設備の老朽化」(23.2%)、「燃料価格上昇」(19.4%)が上位となっているものの、経営者の課題認識としては、人材やコスト要因に劣後する状況にある。



3 脱炭素経営への取組状況について

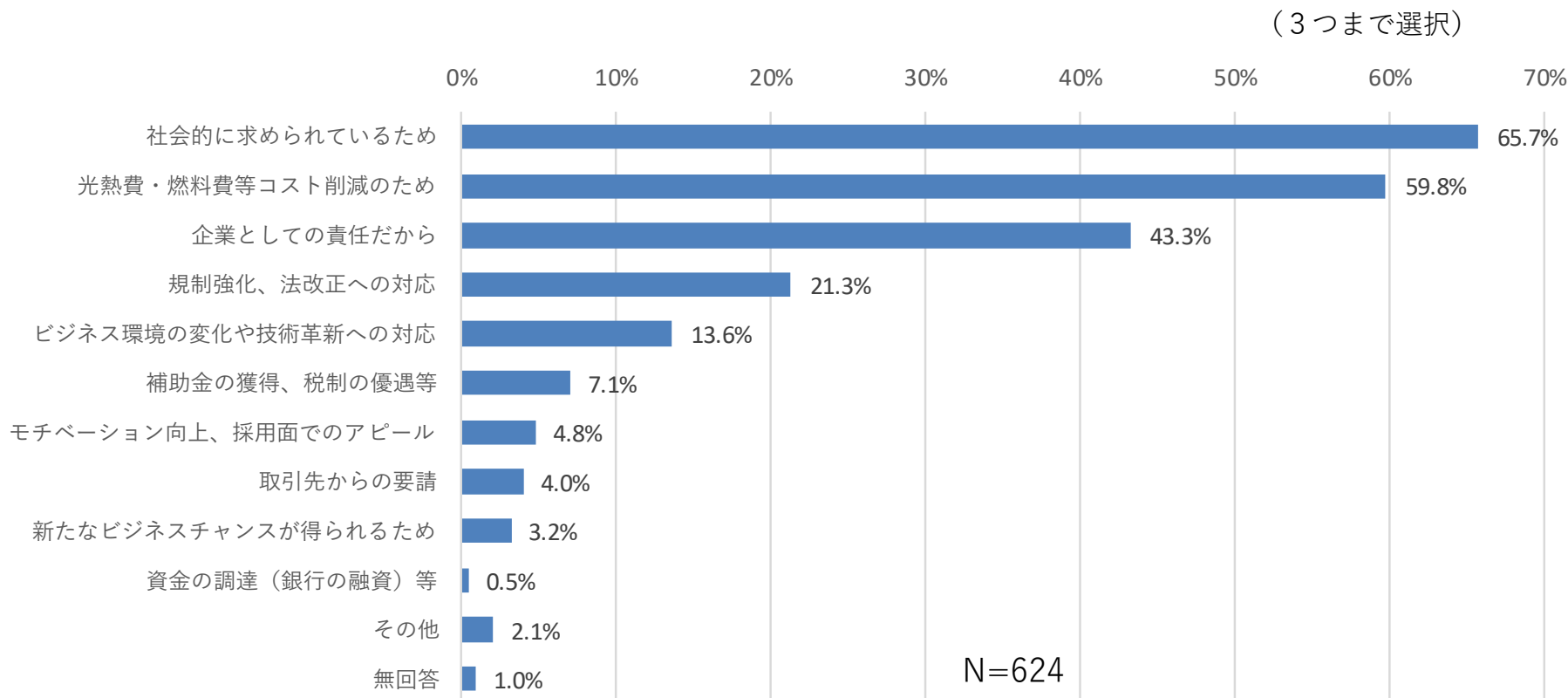
問4 脱炭素化（CO₂等の削減）に向けた取組の状況

- 現在、脱炭素化の取組を進めている企業の割合は、全体で21.5%となった。
- 業種別でみると、脱炭素化の取組を進めている企業の割合は、「製造業」（27.7%）、「建設業」（27.6%）、「卸売業」（25.5%）、「小売業」（20.6%）、「運輸業、郵便業」（15.4%）、「医療、福祉」（9.8%）の順となった。
- 「運輸業、郵便業」および「医療、福祉」では、「必要性を認識しているが、現状では難しい」「取り組む予定はない」の合計が7割を超え、消極的な姿勢が際立っている。



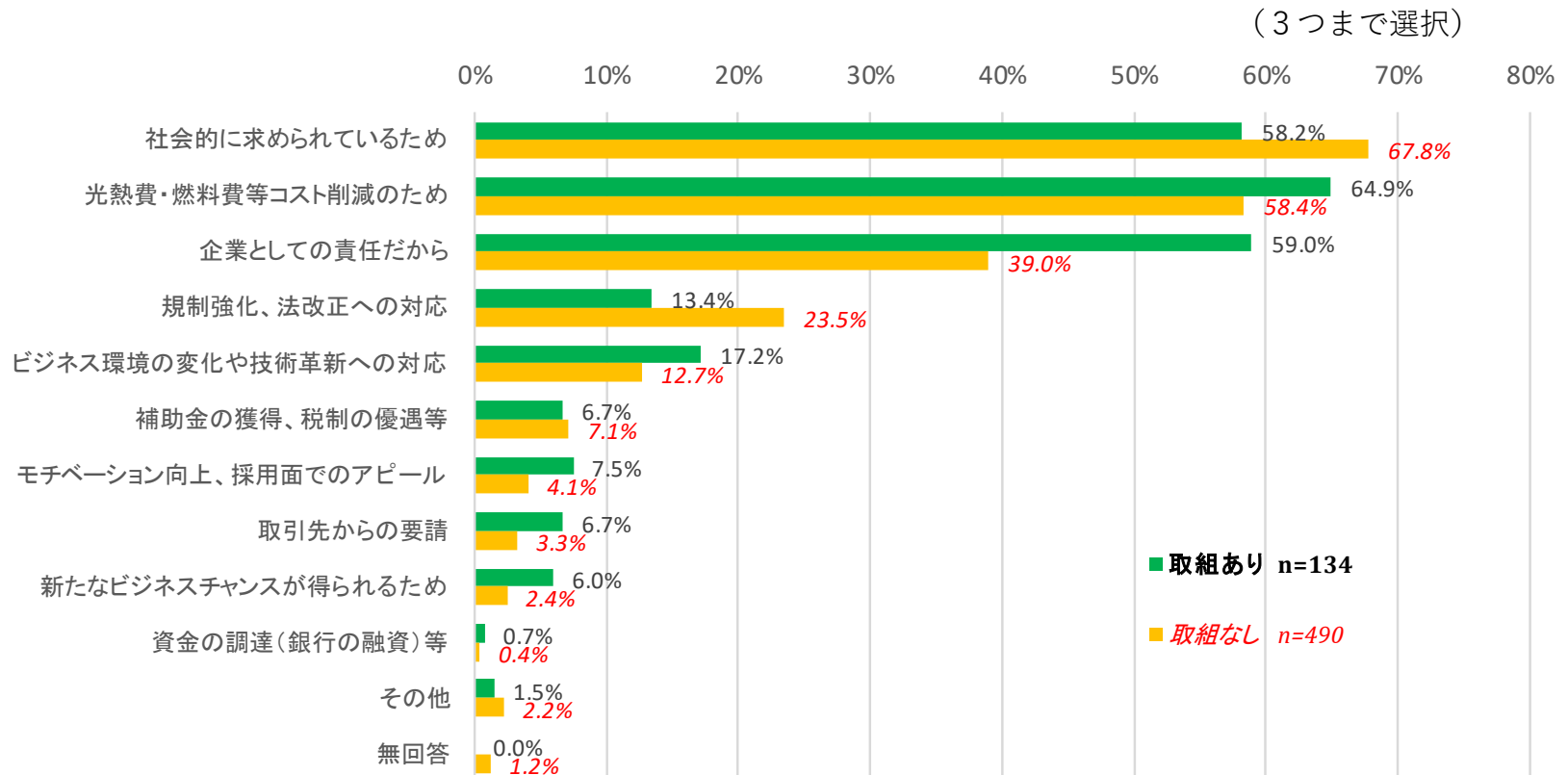
●全体

- 脱炭素化に取り組む理由、または取組が求められる理由は、「社会的に求められているため」(65.7%)、「光熱費・燃料費等コスト削減のため」(59.8%)、「企業としての責任だから」(43.3%)が上位3位を占め、4位以下を大きく引き離している。
- 「モチベーション向上、採用面でのアピール」(4.8%)、「新たなビジネスチャンスが得られるため」(3.2%)など、脱炭素を企業価値の向上に結び付ける企業はごく僅かであった。



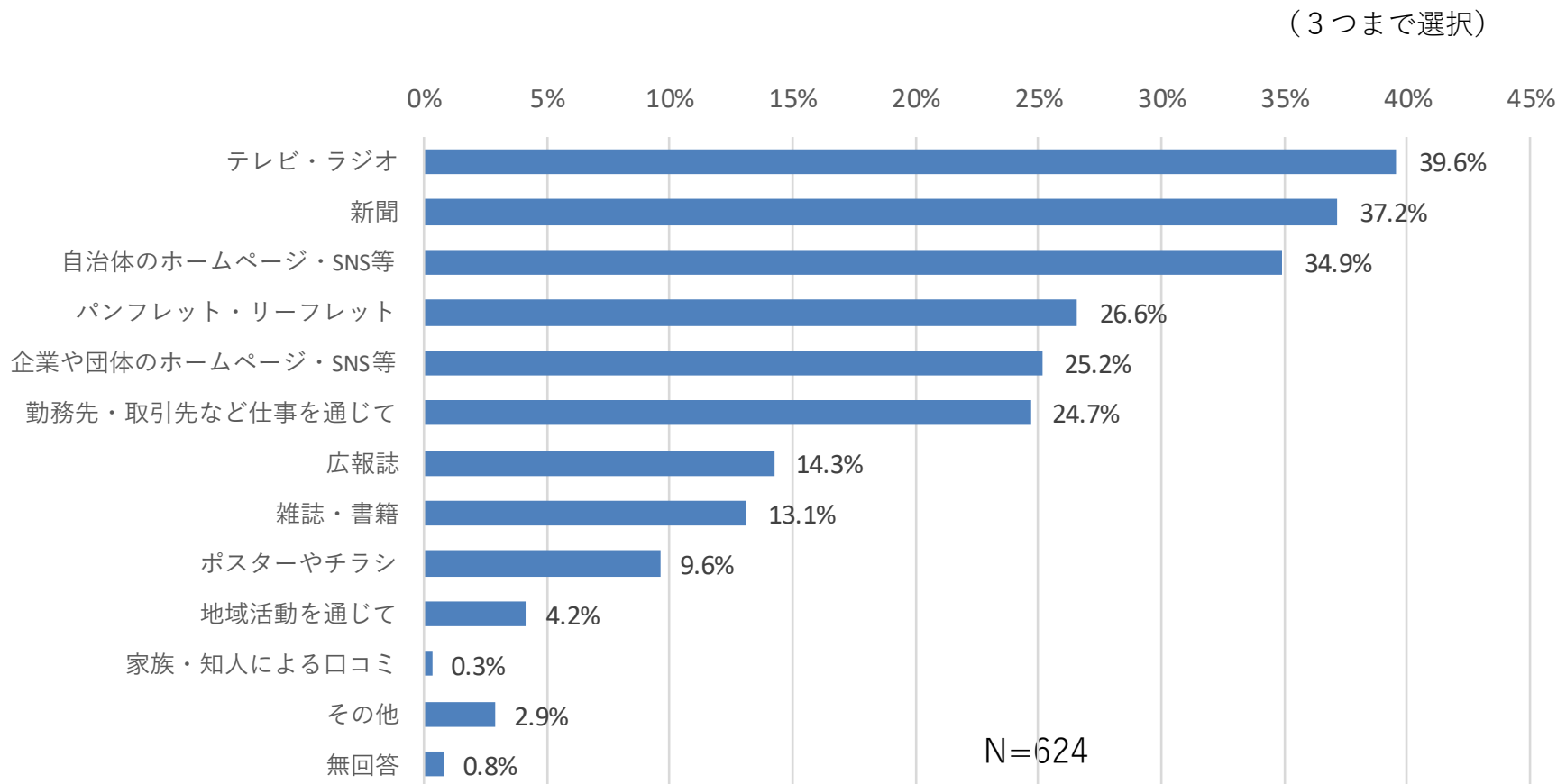
●脱炭素化に向けた取組の有無別

- 脱炭素化に向けた取組の有無別では、「企業としての責任だから」を選択した割合は「取組あり」の企業が59.0%と、「取組なし」(39.0%)より20ポイント高い。
- 「規制強化、法改正への対応」を選択した割合は、「取組なし」の企業が23.5%と、「取組あり」(13.4%)より10ポイント以上高い。
- 「取組あり」の企業では、「モチベーション向上、採用面でのアピール」「新たなビジネスチャンスが得られる」など前向きな捉え方をする割合が高い一方で、「取引先からの要請」の割合も高くなっている。



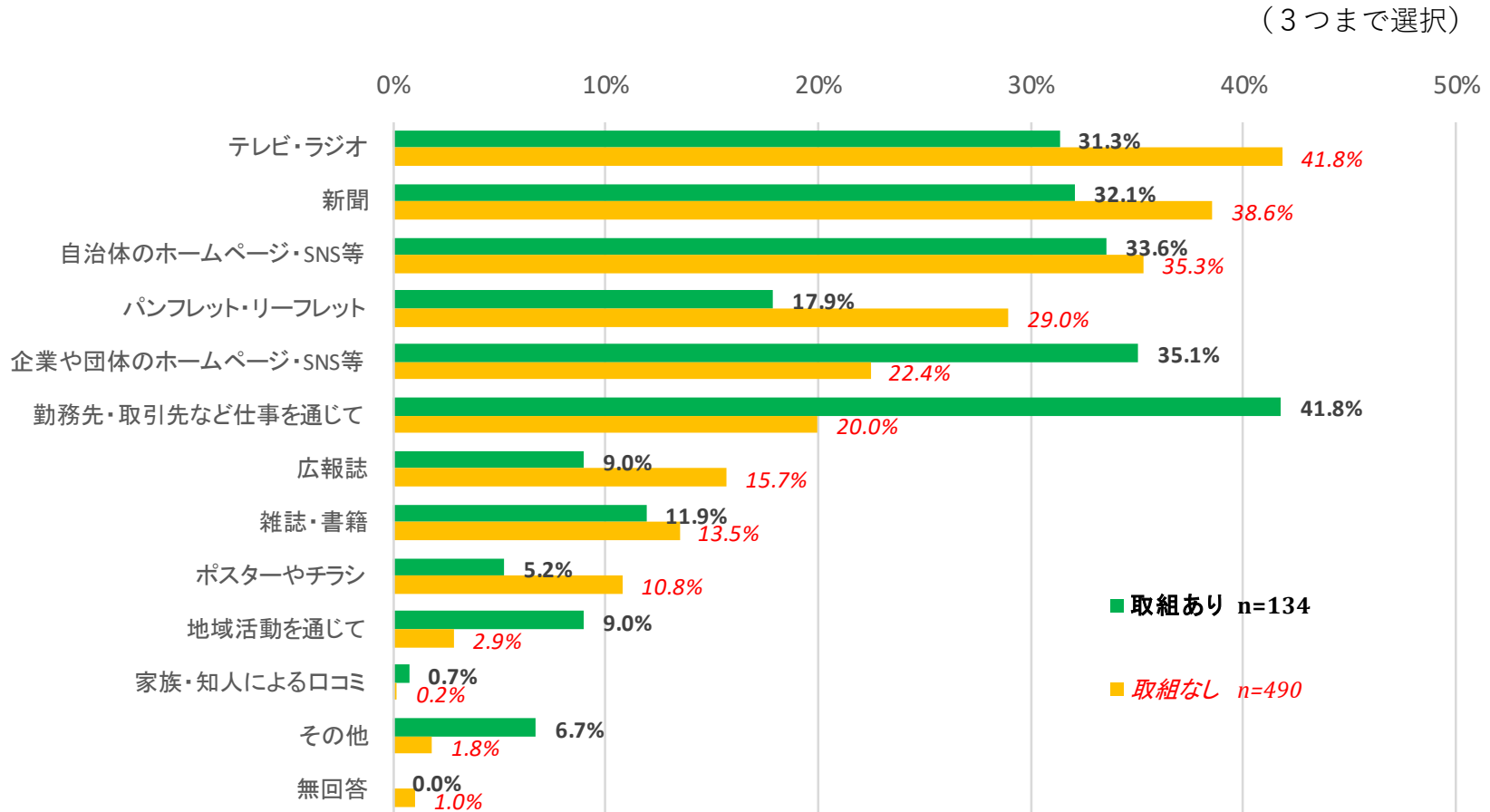
●全体

- 情報や取組を把握する手段としては、「テレビ・ラジオ」(39.6%)、「新聞」(37.2%)などマスコミに続き、「自治体のホームページ・SNS等」(34.9%)が3位となった。
- 情報を得る媒体は多岐にわたっている。



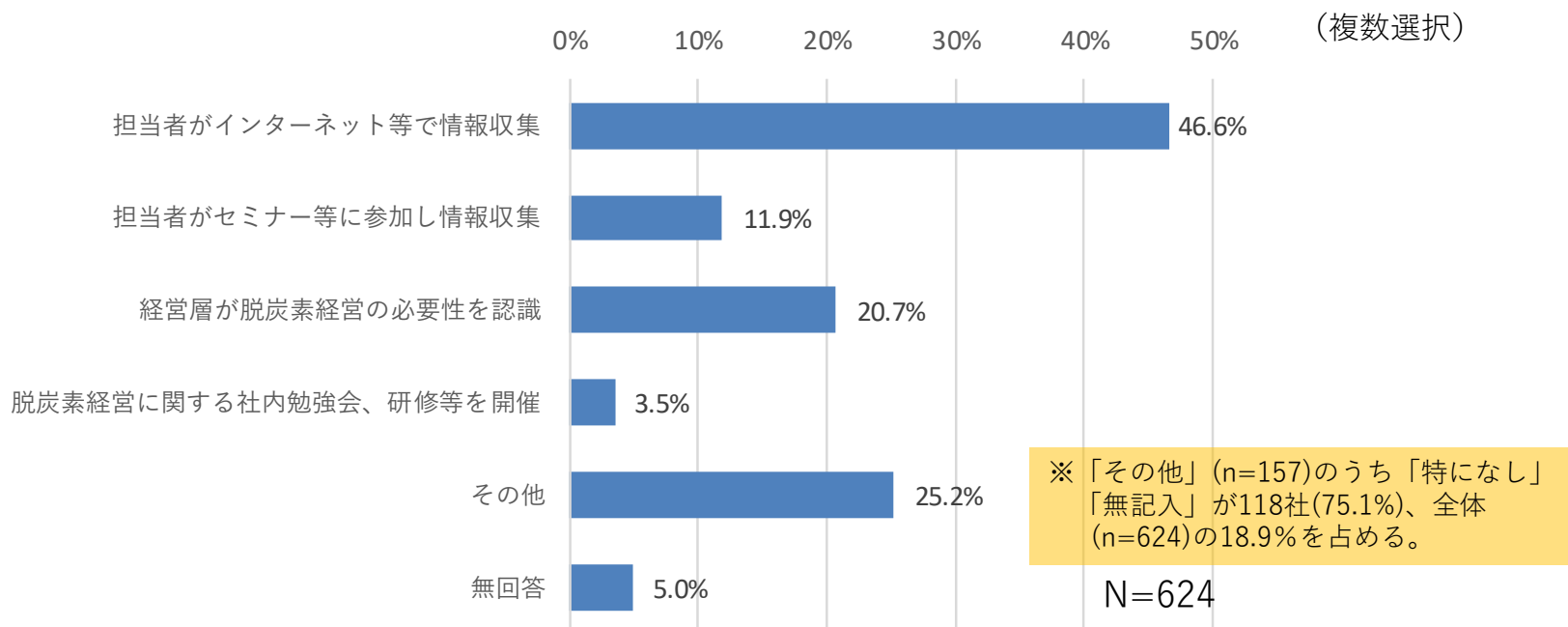
●脱炭素化に向けた取組の有無別

○脱炭素化に向けた取組の有無により、情報を得る手段に違いがみられるため、発信対象に応じて使用するメディアを検討することで効果的な啓発活動につながることを期待される。



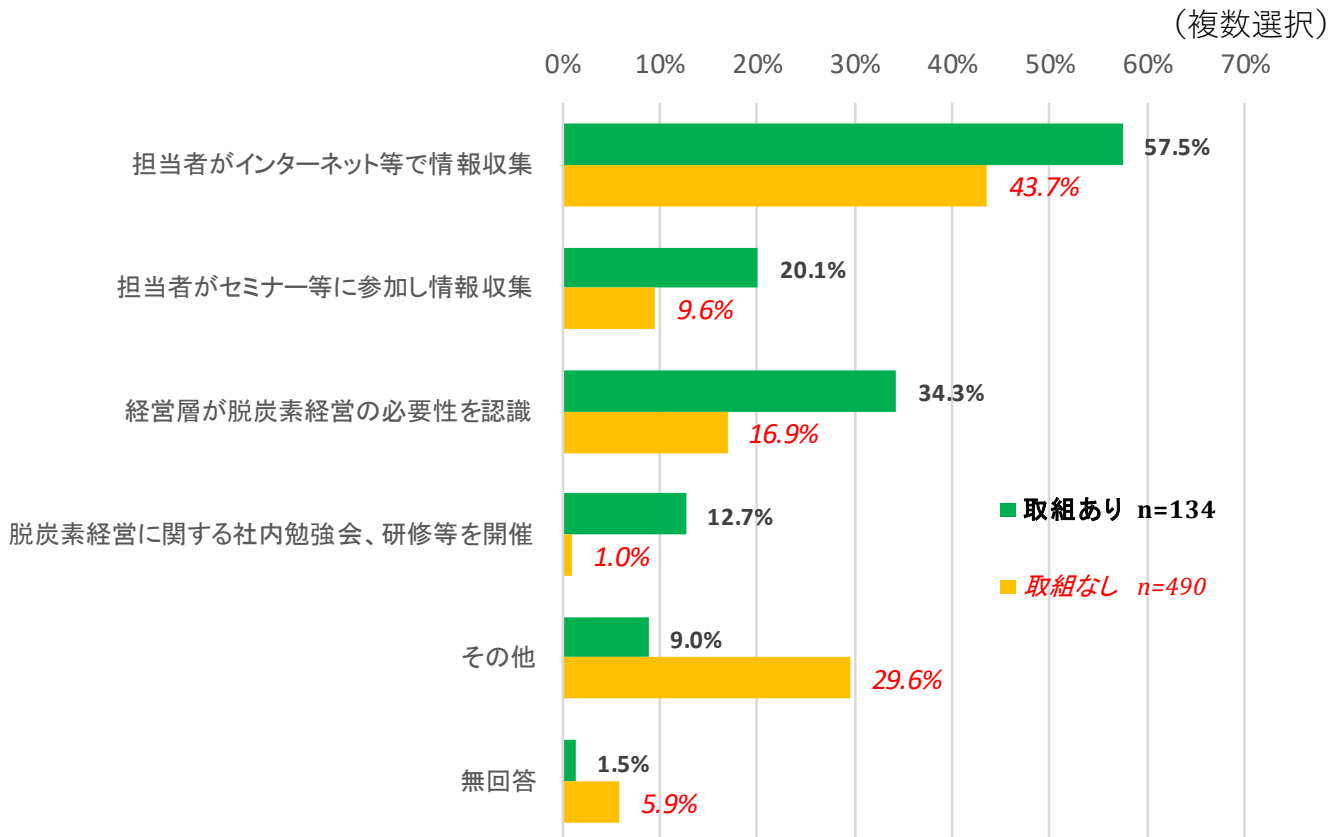
●全体

- 脱炭素化に向けた情報収集、研修等の実施状況については、「担当者がインターネット等で情報収集している」レベル感の企業が約半数となった。
- 「経営者がセミナー等に参加し、脱炭素経営の必要性を認識している」企業の割合は約2割であった。
- 「脱炭素経営に関する社内勉強会、研修等を開催している」企業の割合は3.5%に過ぎない。
- 現時点で取組をしていない企業は118社と全体の2割近くを占めている。
- 「その他」の内容は、「親会社・グループ会社からの提供」「加入協会からの通知」「取引先からの提供」など。



●脱炭素化に向けた取組の有無別

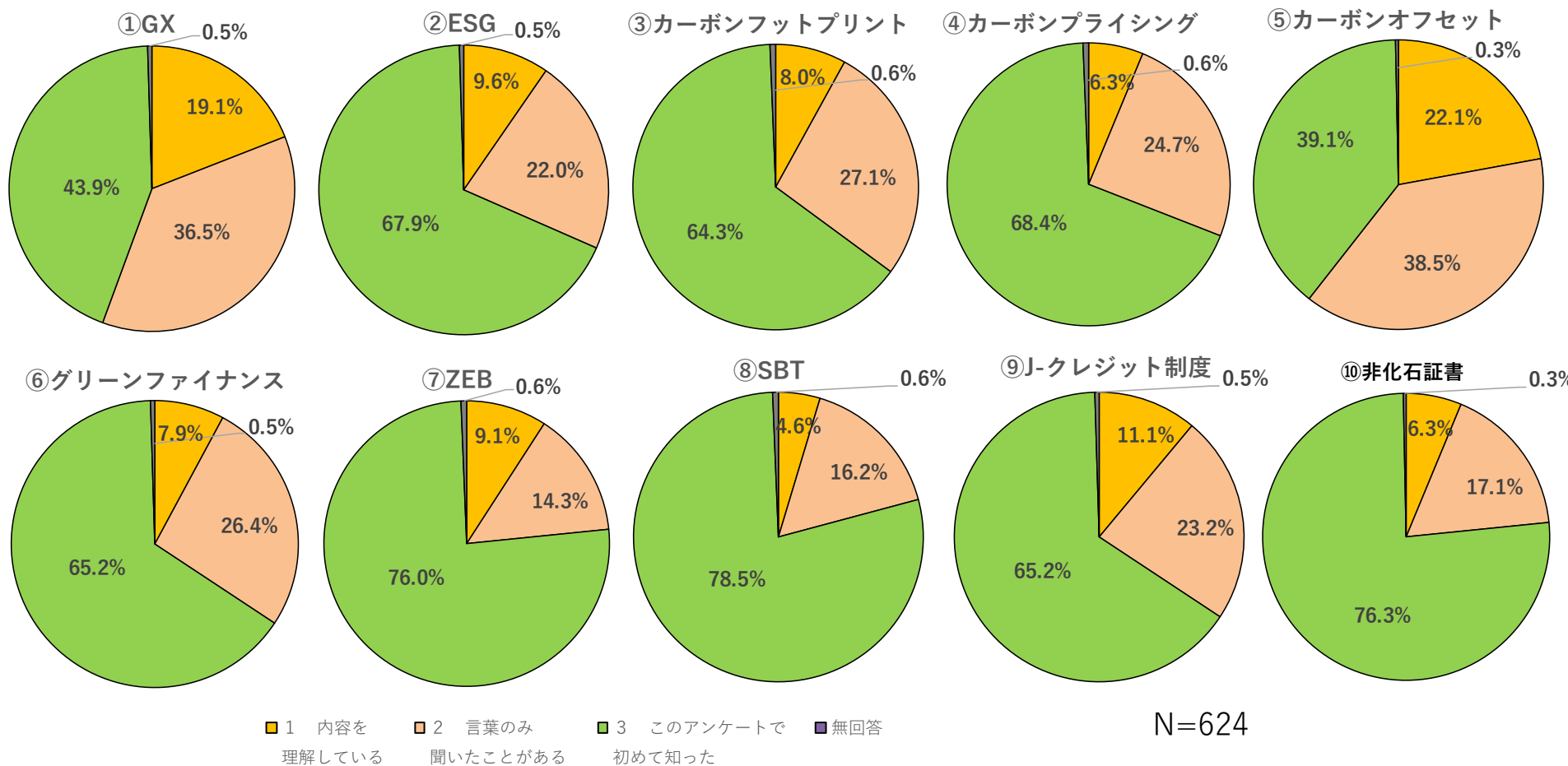
- 脱炭素化に取り組んでいる企業では、経営層が必要性を認識し、主体的に行動している。
○取組のない企業においても、4割の企業が担当者レベルでの情報収集を行っている。



問 8 脱炭素経営に関する用語の理解

STEP 1 知る

- 「内容を理解している」割合が高い用語は、「カーボンオフセット」(22.1%)、「GX」(19.1%)で、「言葉のみ聞いたことがある」を含めると認知度は約 6 割となった。
- 「カーボンオフセット」「GX」以外の用語は、「このアンケートで初めて知った」が 6 割を超えており、認知度は概ね低い。

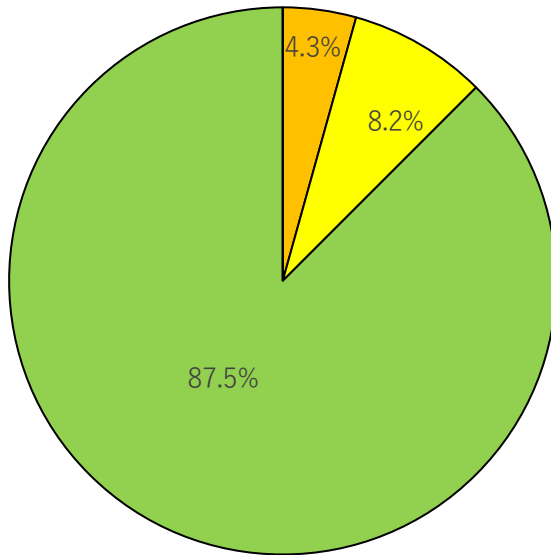


問9 温室効果ガス排出量の把握、公表

STEP 2 測る

- 温室効果ガスの排出量を把握し、公表している企業の割合は、全体で4.3%（27社）に留まる。
- 把握しているが、公表していない企業の割合は、全体で8.2%（51社）となった。
- 公表の有無を問わず、排出量を把握している企業の割合は、12.5%（78社）となった。
- 業種別では、「小売業」「製造業」で、把握している企業の割合が2割を超えた一方、「医療、福祉」では、1.1%（1社）に留まっている。

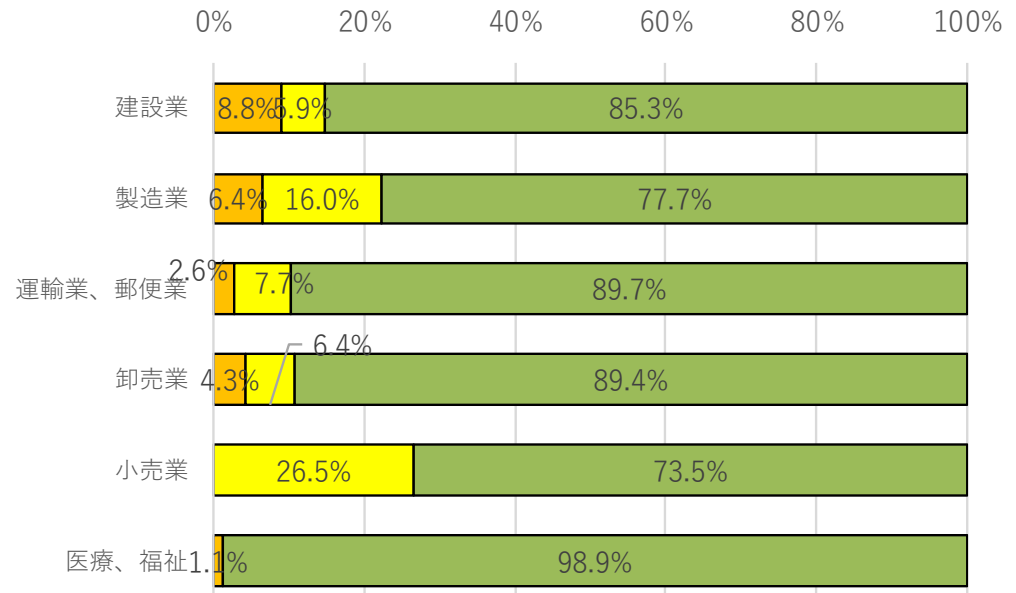
全体



1 把握し、公表
3 把握していない

2 把握しているが、未公表
無回答

業種別

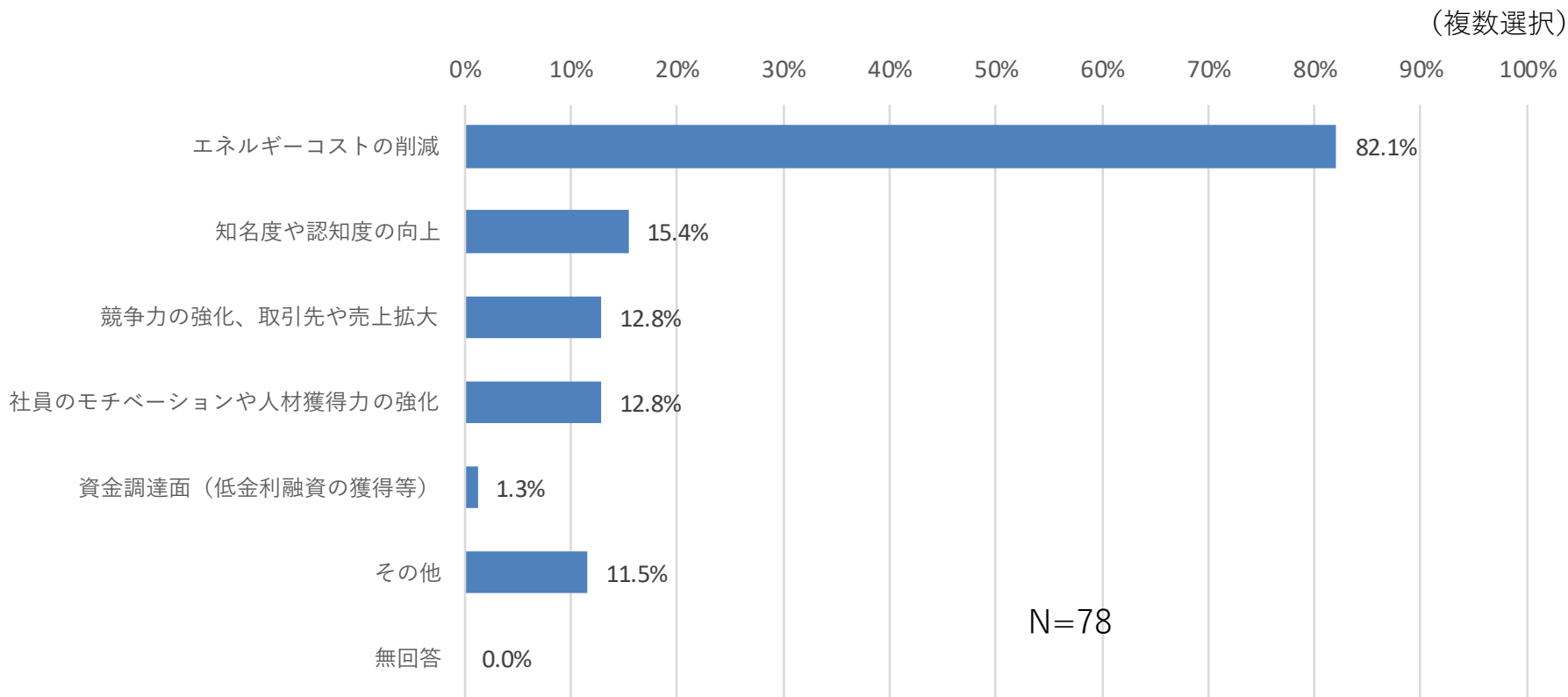


N=

全体 (624) 建設業 (170) 製造業 (94) 運輸業、郵便業 (39)
卸売業 (47) 小売業 (34) 医療、福祉 (92)

(1) 排出量の把握に取り組んだことによる効果

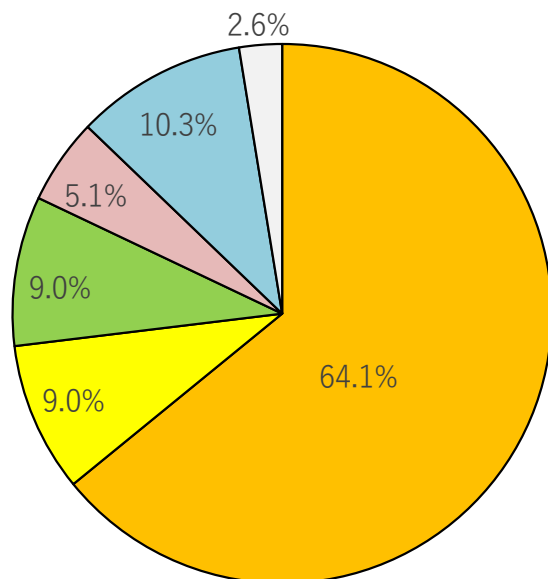
- 8割以上の事業者が「エネルギーコストの削減」と回答。
- コスト面以外の項目では「知名度や認知度の向上」「競争力の強化、取引先や売上拡大」「社員のモチベーションや人材獲得力の強化」が1割台、「資金調達面」は1.3%（1社）に留まった。
- 排出量の把握に取り組んでいる事業者においても、コスト削減以外の効果を実感できていない状況にあり、対策が求められる。



(2) 排出量の把握方法

- 「Excel入力等自社内で対応」している事業者が6割を超えた。
- 「省エネ診断等により把握」「自動計算ツール」を利用がそれぞれ約1割となった。業種別では「製造業」「運輸業、郵便業」で「Excel入力等自社内で対応」以外の回答割合が4割を超えた。
- その他の内容として、「グループ会社・親会社で対応」が5社（全体の6.4%）となった。
- 排出量を効率的に把握し、経営改善に役立てるためにも、自動計算ツール等の活用が求められる。

全体



- 1 自社内で対応 (Excel入力等)
- 3 自動計算・管理ツールを利用
- 5 その他

- 2 省エネ診断等を受診
- 4 社外に依頼
- 無回答

業種別

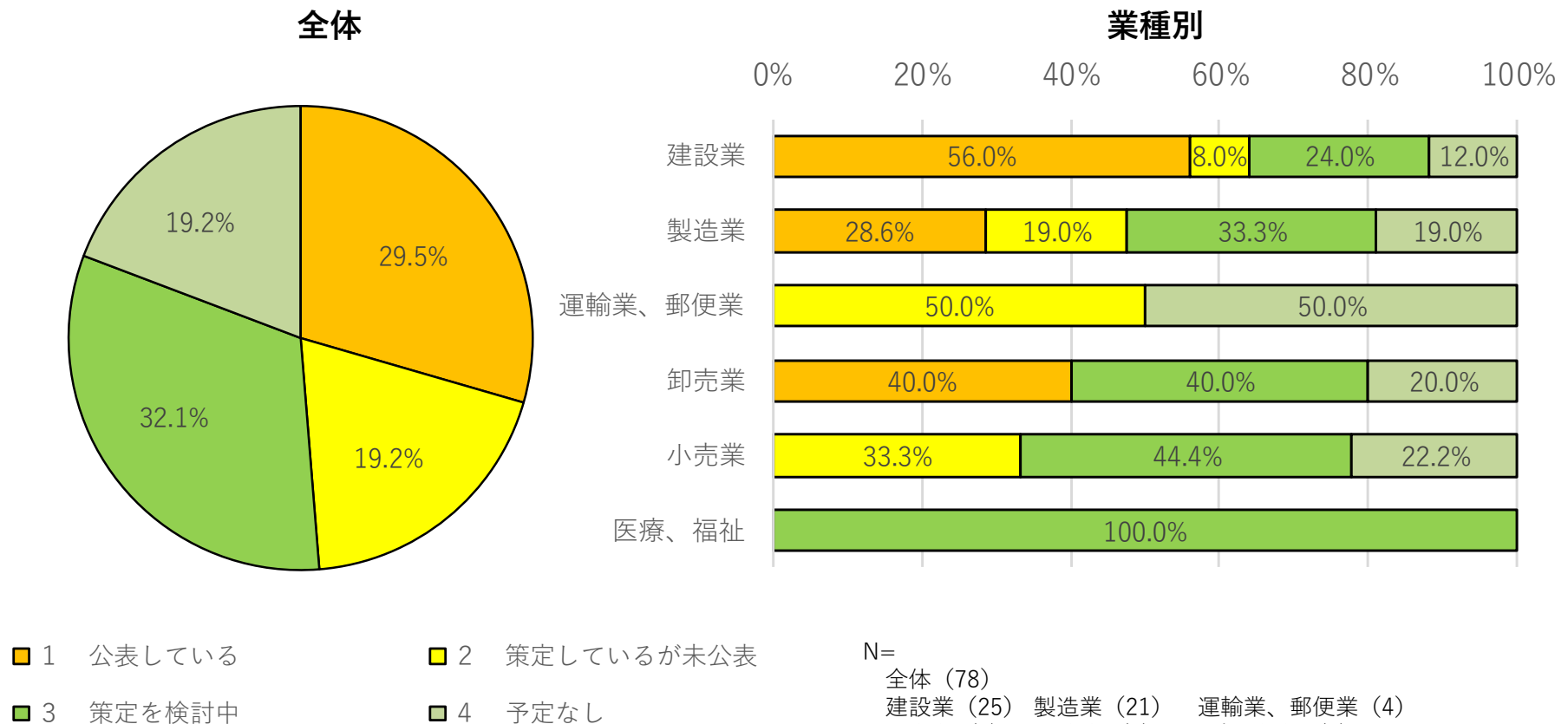


N=

全体 (78)
 建設業 (25) 製造業 (21) 運輸業、郵便業 (4)
 卸売業 (5) 小売業 (9) 医療、福祉 (1)

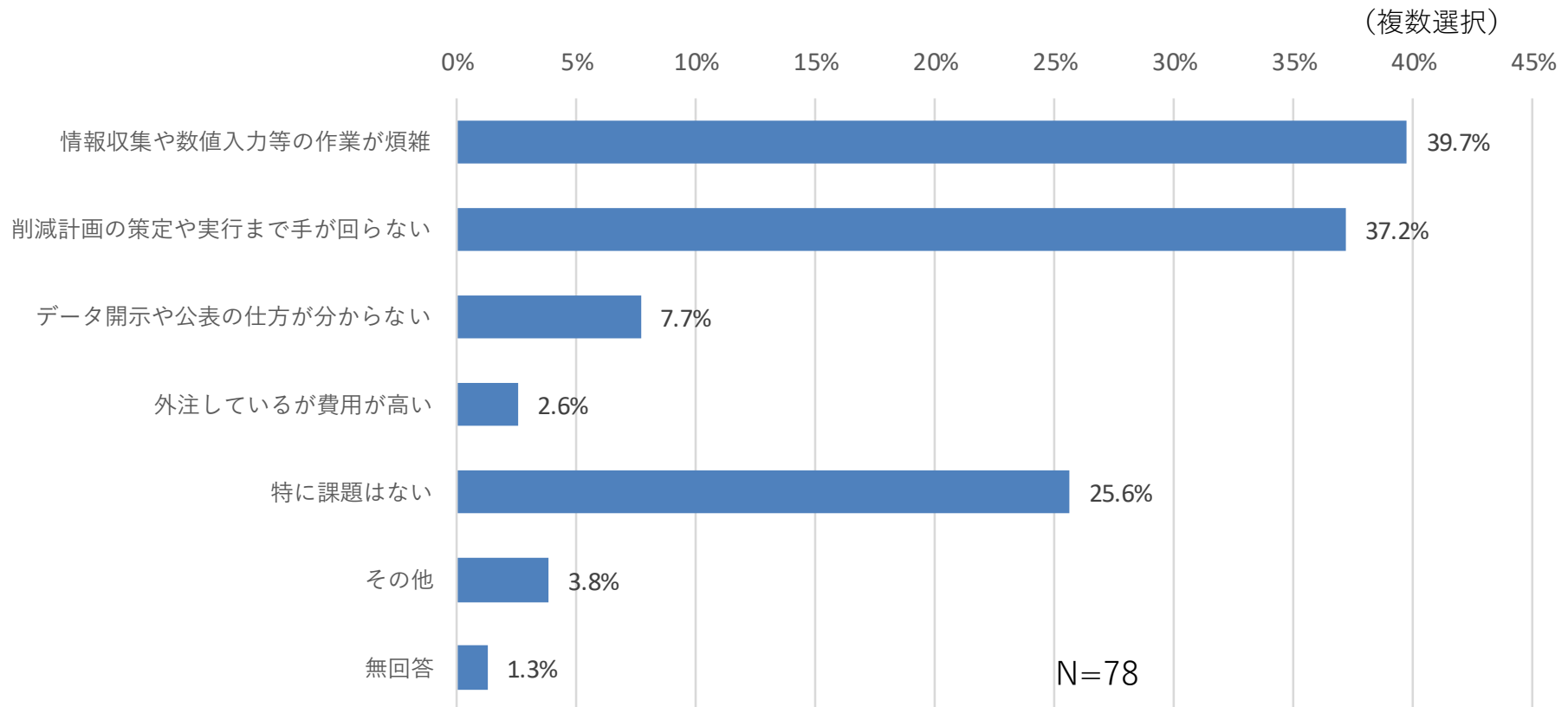
(3) 排出量の削減目標・計画

- 排出量の削減目標・計画を策定している事業者は、公表していない事業者を含め5割弱となった。
- 策定し、公表している事業者は約3割を占め、業種別では「建設業」(56.0%)、「卸売業」(40.0%)で高い。
- 策定を検討中とした事業者は3割強、策定・公表の予定なしとした事業者は約2割となった。



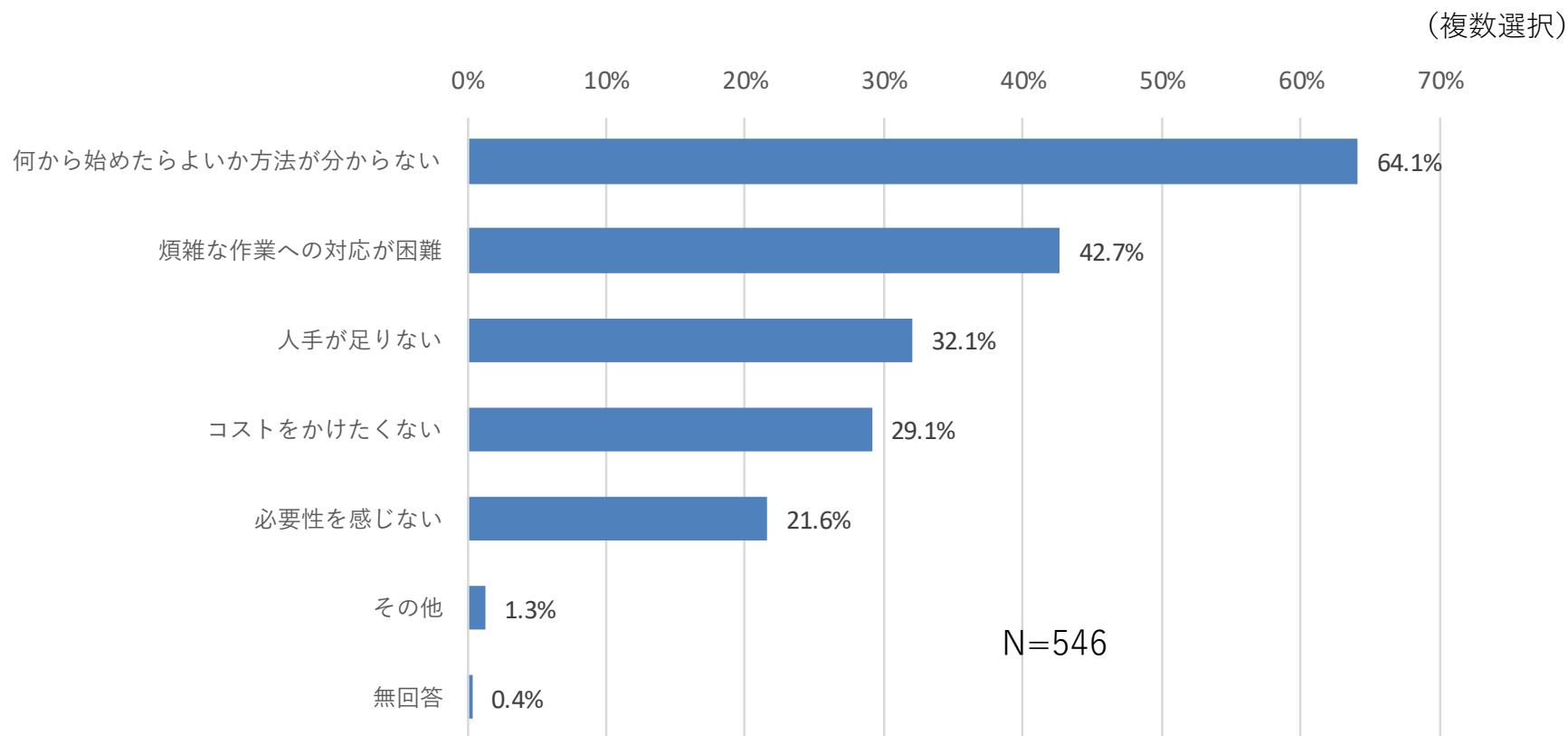
(4) 排出量の把握、削減目標・計画の策定に当たっての課題

- 「情報収集や数値入力等の作業が煩雑」「削減計画の策定や実行まで手回らない」がそれぞれ4割弱を占めており、業務効率化を進める上で、自動計算ツール等の活用が求められる。
- 排出量を把握している事業者においては、「特に課題はない」と回答した事業者が4分の1を占めた。



●問9で排出量を把握していない事業者

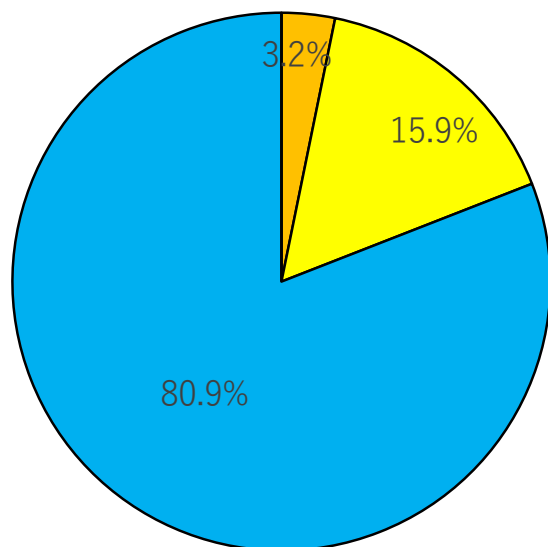
- 「必要性を感じない」は約2割に留まっており、排出量の把握や目標策定については、ある程度理解が進んでいることがうかがわれる。
- 「煩雑な作業への対応が困難」(42.7%)、「人手が足りない」(32.1%)、「コストをかけたくない」(29.1%)等、社内のリソースに係る項目を挙げた事業者は、それぞれ3～4割程度となった。一方、「何から始めたらよいか方法が分からない」が6割を超えており、啓発活動等の支援が求められる。



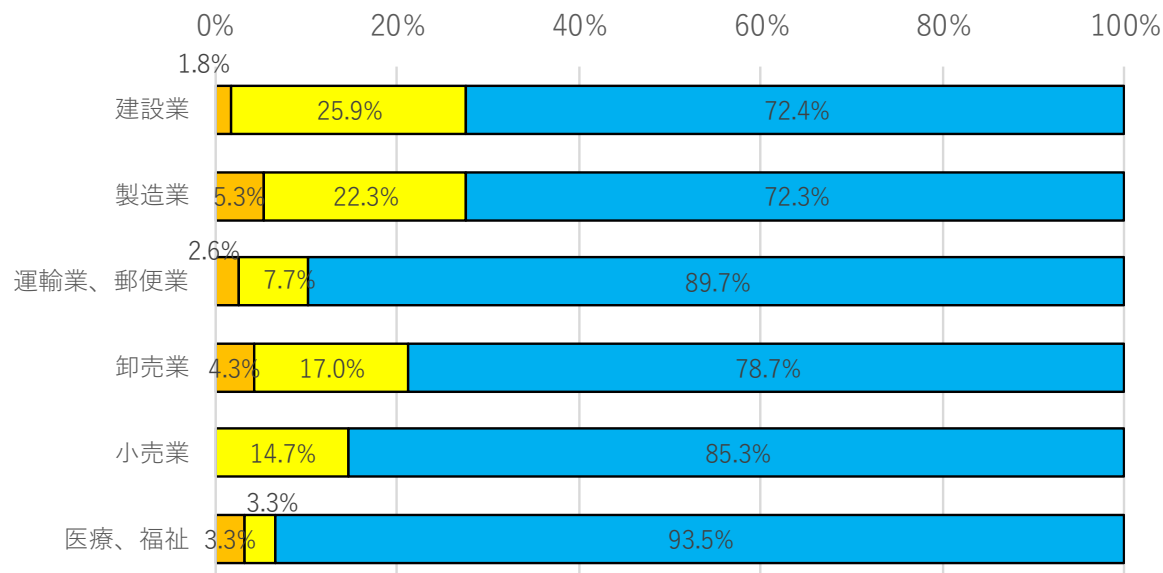
問12 取引先からの排出量の把握・削減要請の有無

- 取引先から排出量の把握や削減を「求められたことがある」事業者の割合は全体で3.2%（20社）、業種別では「製造業」が5.3%（5社）と割合がやや高い。
- 「求めたことはないが、近い将来求められると予想している」事業者の割合は全体で15.9%、業種別では「建設業」（25.9%）、「製造業」（22.3%）と高く、「B to B」「B to G」の取引形態の割合が高い業種で警戒感がうかがわれる。

全体



業種別



1 あり 2 近い将来求められると予想 3 ない

N=

全体 (624)

建設業 (170)

製造業 (94)

運輸業、郵便業 (39)

卸売業 (47)

小売業 (34)

医療、福祉 (92)

問13 排出量削減への具体的な取組状況

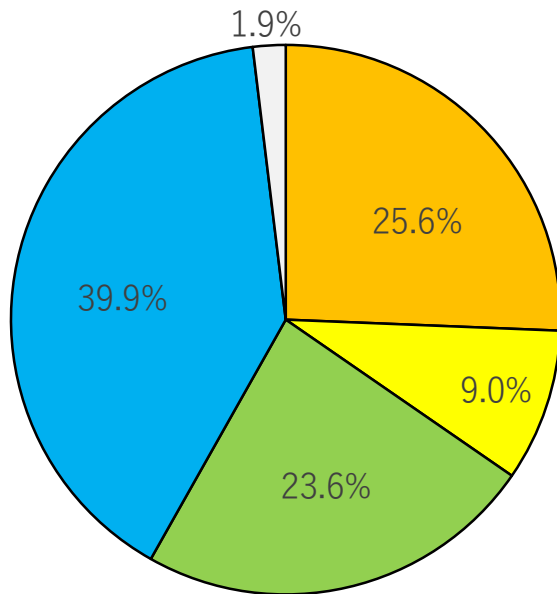
STEP 3 減らす

① エコドライブの実施

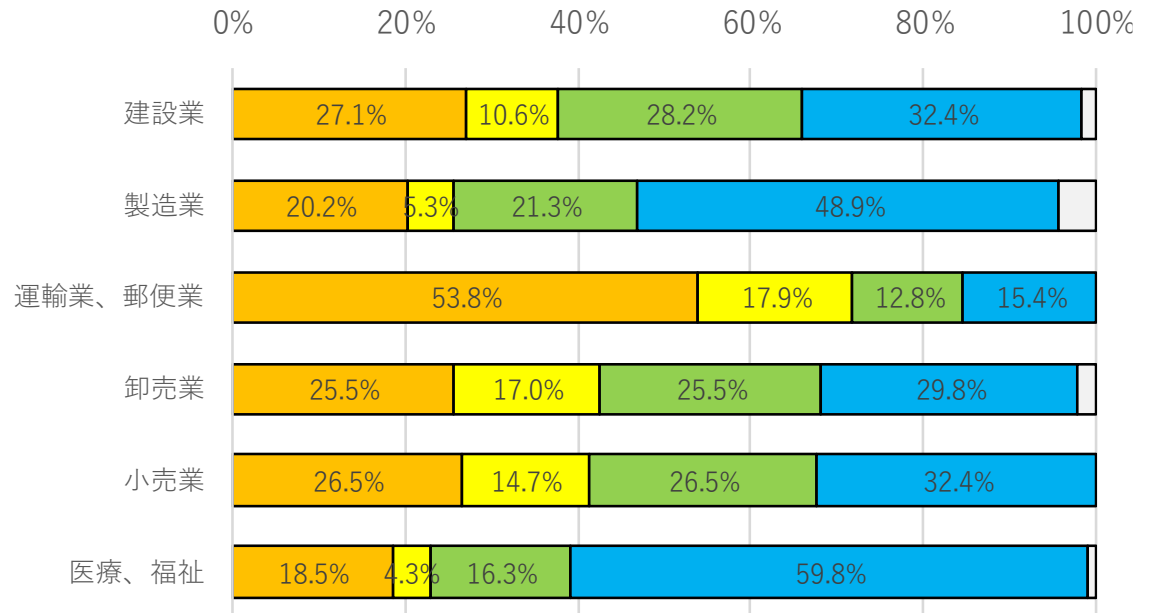
エネルギー消費の削減

- 「エコドライブ」は、設備の導入を伴わず、行動変容により燃料消費量と温室効果ガス排出量を減らす取組。
- 全体では、4分の1の事業者が「すでに実施済み」と回答。
- 業種別では、「実施済み」の回答割合は、業種特性から「運輸業、郵便業」(53.8%)で最も高く、他の業種を大きく引き離している。
- 「予定なし」の回答割合は、「医療、福祉」(59.8%)、「製造業」(48.9%)で高い。

全体



業種別



N=

■ 1 実施・導入済み ■ 2 実施・導入予定 ■ 3 検討中 ■ 4 予定なし □ 無回答

全体 (624)

建設業 (170)

卸売業 (47)

製造業 (94)

小売業 (34)

運輸業、郵便業 (39)

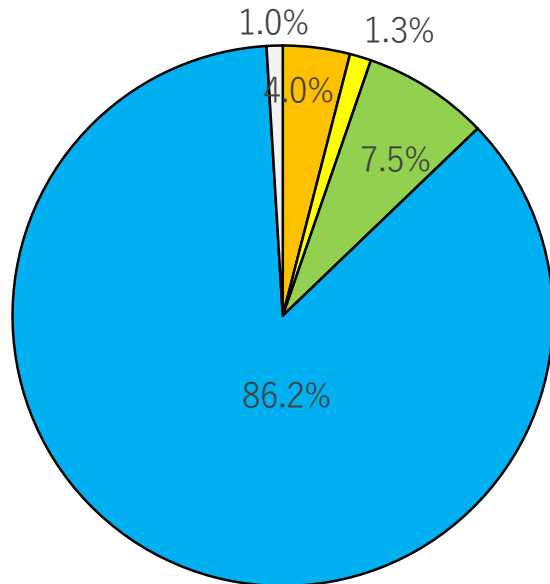
医療、福祉 (92)

② 自家用車の使用抑制（公共交通機関の利用促進等）

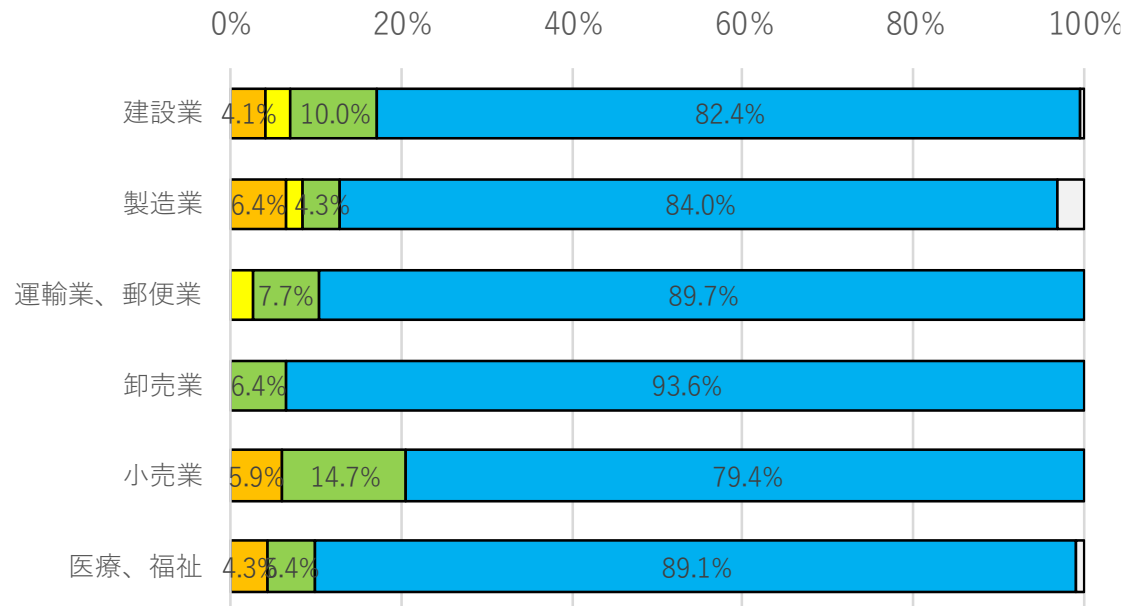
エネルギー消費の削減

- 「自家用車の使用抑制」も行動変容により温室効果ガス排出量を減らす取組。
 ○通勤において自家用車への依存度が高い本県特性により、「実施済み」の回答割合は全体で4.0%に留まり、「予定なし」は9割近くとなった。
 ○業種別の傾向も総じて全体と変わりなく、「運輸業、郵便業」および「卸売業」では「実施済み」の回答はゼロであった。

全体



業種別



N=

全体 (624)

建設業 (170)

製造業 (94)

運輸業、郵便業 (39)

卸売業 (47)

小売業 (34)

医療、福祉 (92)

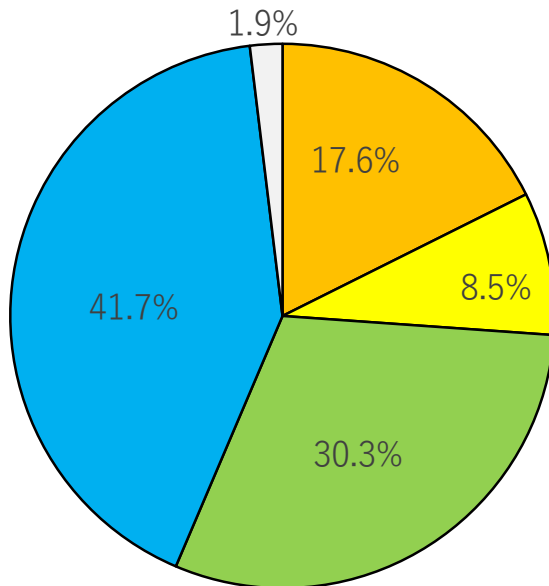
■ 1 実施・導入済み ■ 2 実施・導入予定 ■ 3 検討中 ■ 4 予定なし □ 無回答

③ 運用改善による省エネの推進

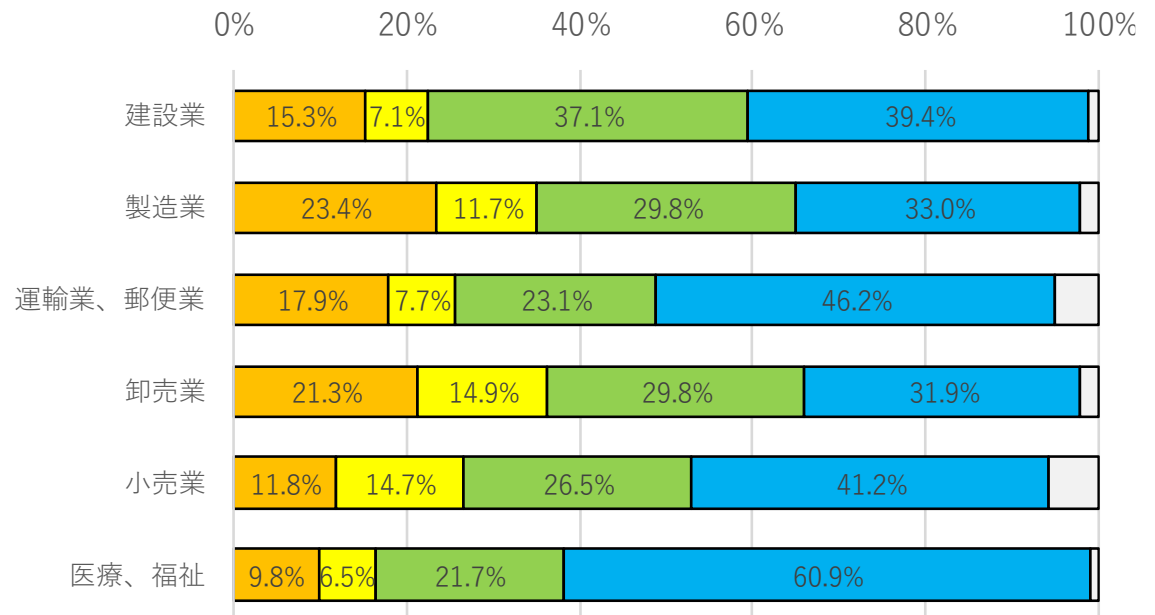
エネルギー消費の削減

- 設備の「運用改善」は、設備投資の負担を伴わず、燃料消費量と温室効果ガス排出量を削減するのに効果的な取組。
- 全体では、「実施済み」の回答割合が17.6%、「導入予定」(8.5%)および「検討中」(30.3%)の合計が38.8%となり、4割弱の事業者で実施の意向があるとみられる。
- 業種別でみると、「実施済み」の回答割合は、「製造業」(23.4%)が最も高く、次いで「卸売業」(21.3%)、「運輸業、郵便業」(17.9%)、「建設業」(15.3%)などの順となった。

全体



業種別



N=

全体 (624)

建設業 (170)

製造業 (94)

運輸業、郵便業 (39)

卸売業 (47)

小売業 (34)

医療、福祉 (92)

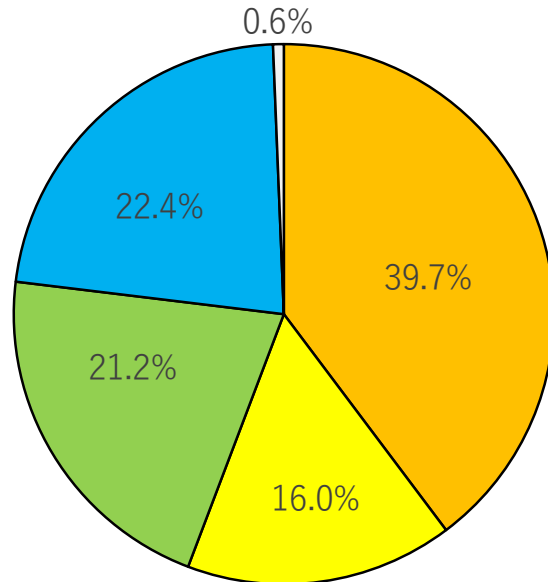
■ 1 実施・導入済み ■ 2 実施・導入予定 ■ 3 検討中 ■ 4 予定なし □ 無回答

④ 高効率の照明・空調・断熱の利用

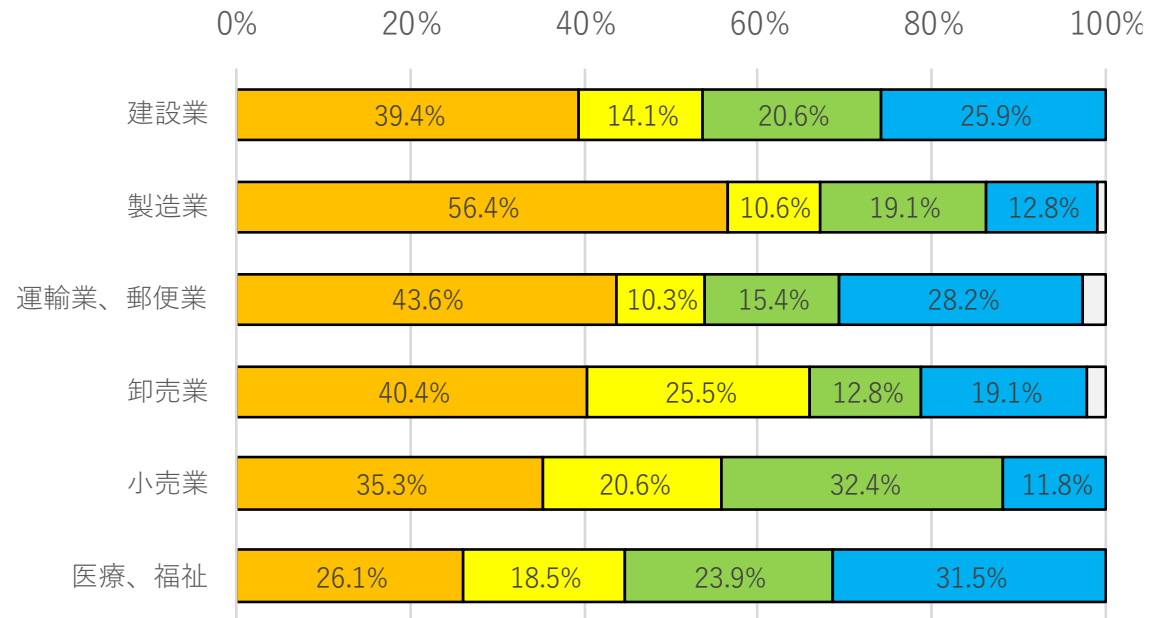
エネルギー消費の削減

- 設備・機材の導入・更新を伴うものの、消費電力の削減により温室効果ガス排出量を減らす取組で、労働環境の改善と生産性向上にも有効である。
- 全体では、39.7%の事業者が「実施済み」と回答、「予定なし」は22.4%に留まった。
- 業種別では、「実施済み」の回答割合は、「製造業」(56.4%)が最も高く、次いで「運輸業、郵便業」(43.6%)、「卸売業」(40.4%)、「建設業」(39.4%)などの順となった。

全体



業種別



N=

全体 (624)

建設業 (170)

製造業 (94)

運輸業、郵便業 (39)

卸売業 (47)

小売業 (34)

医療、福祉 (92)

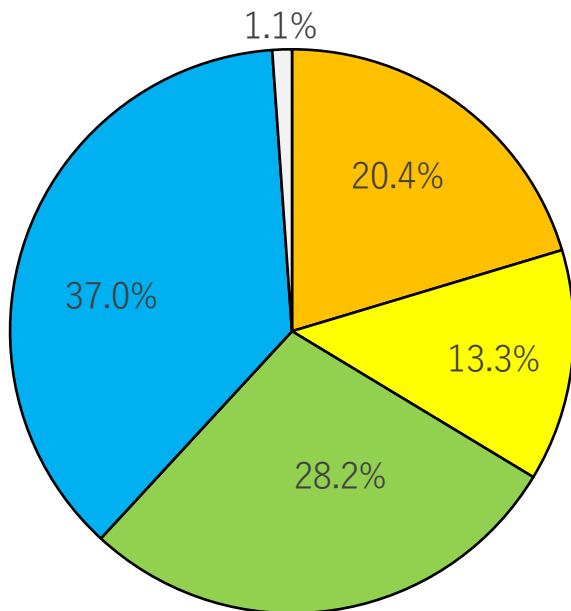
■ 1 実施・導入済み ■ 2 実施・導入予定 ■ 3 検討中 ■ 4 予定なし □ 無回答

⑤ 省エネ型設備への更新、新規導入

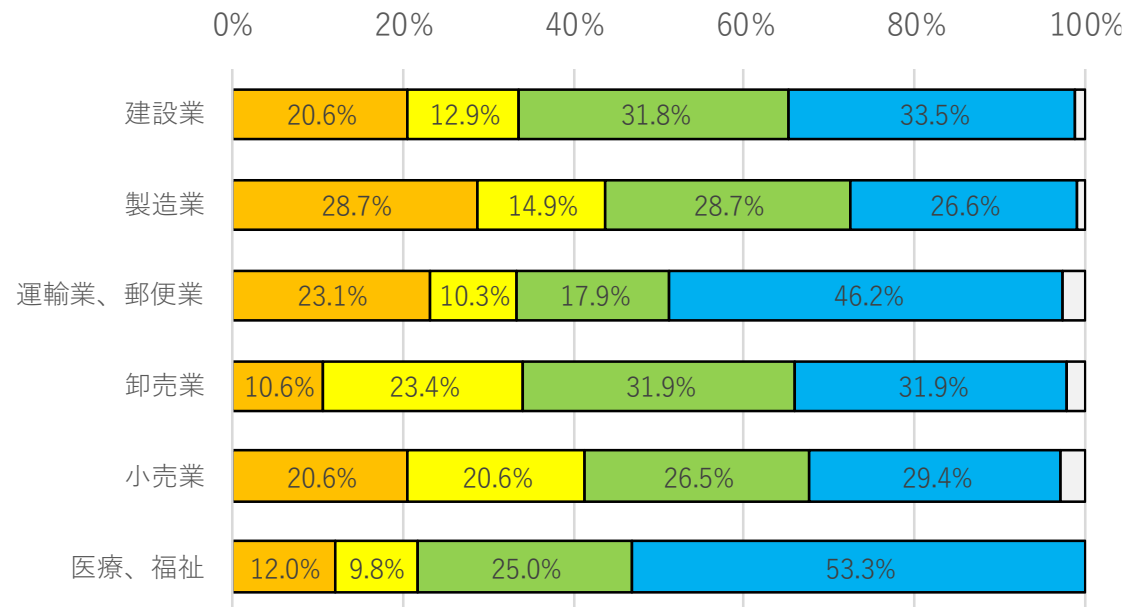
エネルギー消費の削減

- 設備投資の負担を伴うが、大幅な生産性向上と温室効果ガス排出量削減が期待できる取組。
- 全体では、20.4%の事業者が「実施・導入済み」と回答した。
- 業種別でみると、「実施済み」の回答割合は、「製造業」(28.7%)が最も高く、次いで「運輸業、郵便業」(23.1%)、「建設業」および「小売業」(20.6%)などの順となった。

全体



業種別



N=

全体 (624)

建設業 (170)

製造業 (94)

運輸業、郵便業 (39)

卸売業 (47)

小売業 (34)

医療、福祉 (92)

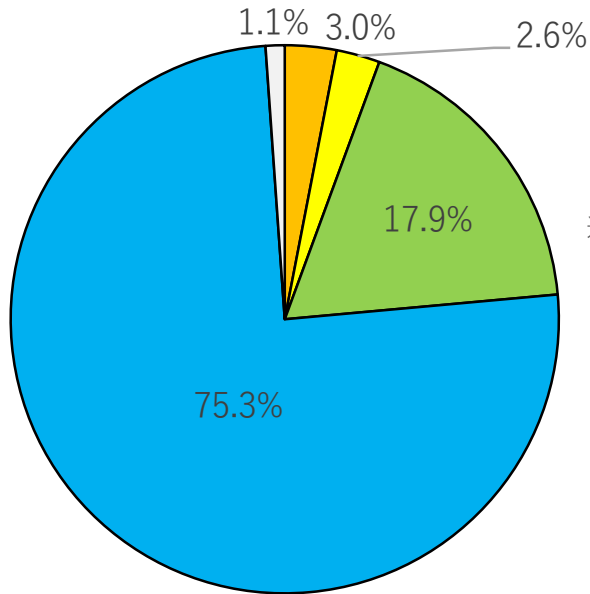
1 実施・導入済み 2 実施・導入予定 3 検討中 4 予定なし □ 無回答

⑥ 再エネ100%電力・ガスプランの導入

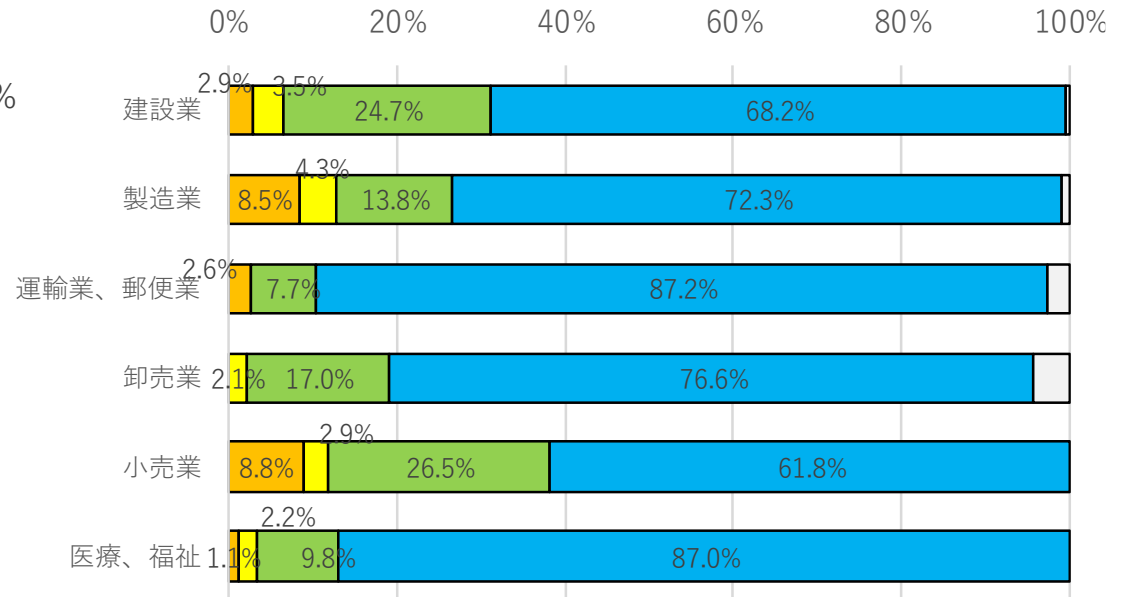
エネルギーの低炭素化

- 化石燃料から再生可能エネルギーへの転換により、温室効果ガス排出量を減らす取組。
 ○全体では、「導入済み」の回答割合は3.0%（12社）と、普及は進んでいない。
 ○業種別でみると、「導入済み」の回答割合は「小売業」（8.8%・3社）が最も高く、次いで「製造業」（8.5%・8社）となった。

全体



業種別



N=

全体 (624)

建設業 (170)

製造業 (94)

運輸業、郵便業 (39)

卸売業 (47)

小売業 (34)

医療、福祉 (92)

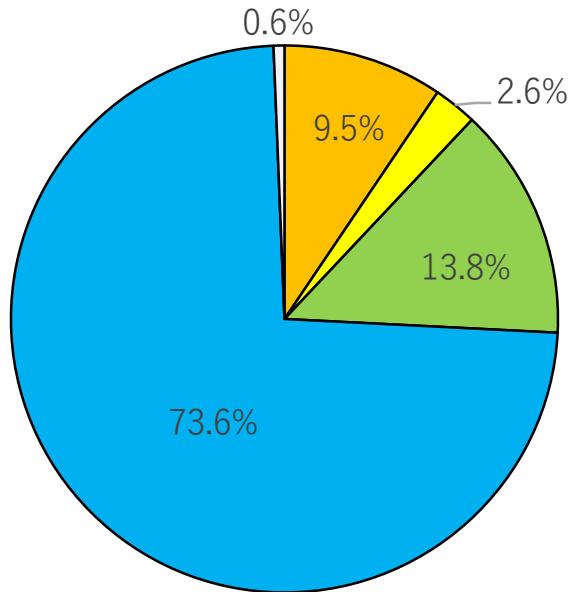
■ 1 実施・導入済み ■ 2 実施・導入予定 ■ 3 検討中 ■ 4 予定なし □ 無回答

⑦ 太陽光・風力・バイオマス等の再エネ発電設備の利用

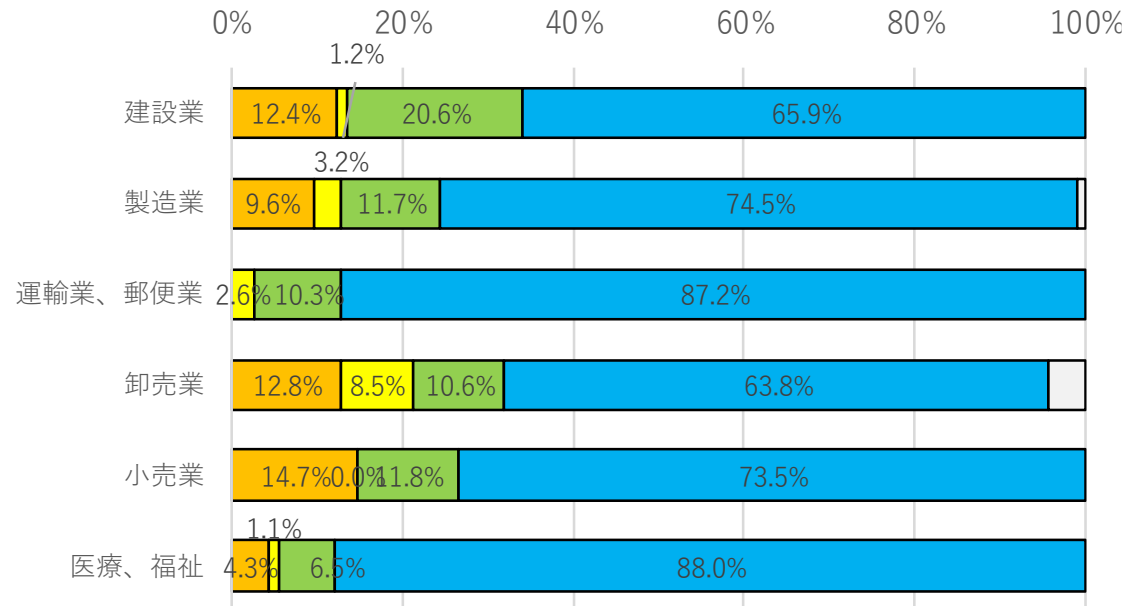
エネルギーの低炭素化

- 再生可能エネルギーを生産し、自家消費または売電によりコスト削減と温室効果ガス排出量の削減を図る取組。
- 全体では、9.5%の事業者が「導入済み」と回答した。
- 業種別では、「導入済み」の回答割合は、「小売業」(14.7%)が最も高く、次いで「卸売業」(12.8%)、「建設業」(12.4%)などの順となった。なお母数の多い「建設業」では21社が「導入済み」と回答している。

全体



業種別



N=

全体 (624)

建設業 (170)

製造業 (94)

運輸業、郵便業 (39)

卸売業 (47)

小売業 (34)

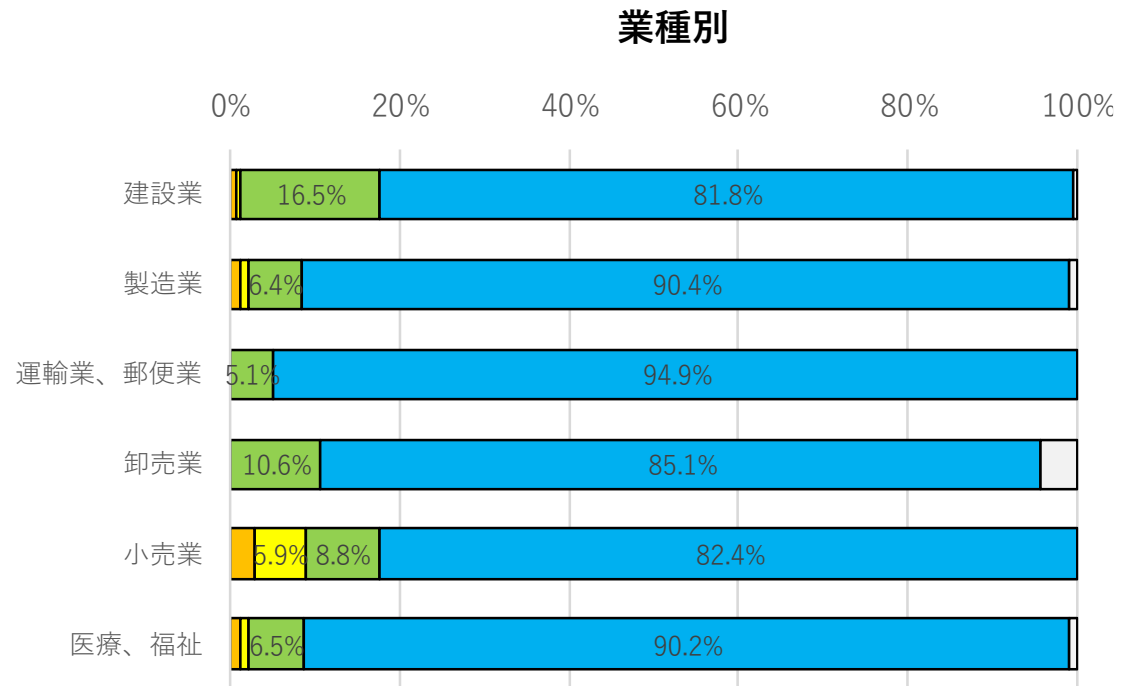
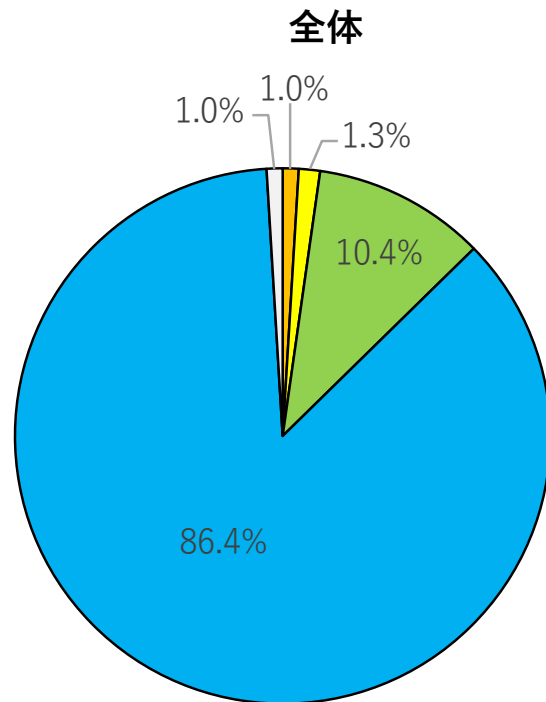
医療、福祉 (92)

■ 1 実施・導入済み ■ 2 実施・導入予定 ■ 3 検討中 ■ 4 予定なし □ 無回答

⑧ 太陽光温水器・バイオマスボイラー等の利用

エネルギーの低炭素化

- 化石燃料の使用によらずに得た熱エネルギーの自家消費により、温室効果ガス排出量の削減を図る取組。
- 全体では、「導入済み」の回答割合は1.0%（6社）に留まった。「導入予定」は1.3%、「検討中」は10.4%、「予定なし」は86.4%となった。
- 業種別では、「建設業」で「検討中」（16.5%）の回答割合が比較的高かった。



N=

全体 (624)

建設業 (170)

製造業 (94)

運輸業・郵便業 (39)

卸売業 (47)

小売業 (34)

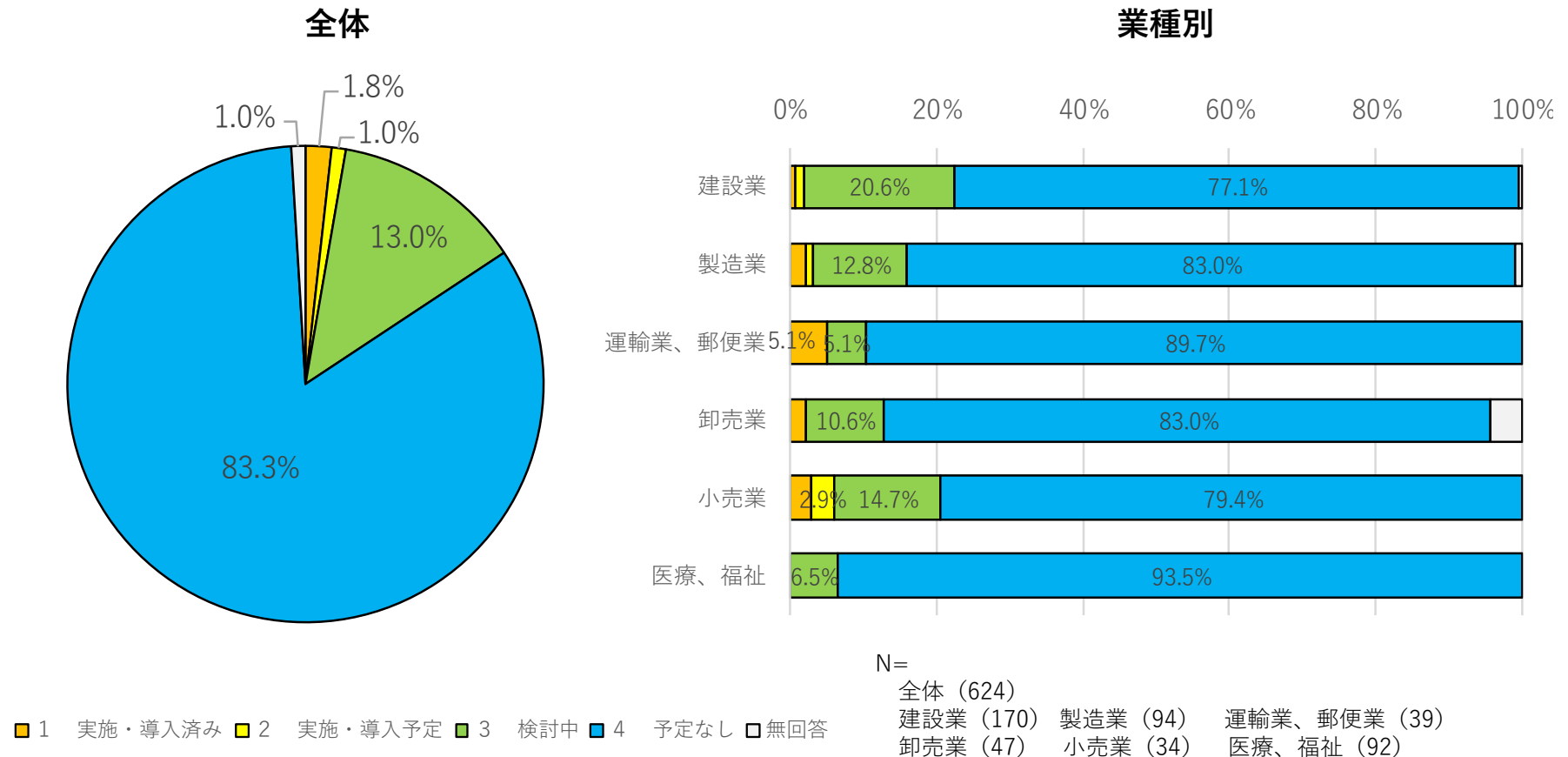
医療・福祉 (92)

■ 1 実施・導入済み ■ 2 実施・導入予定 ■ 3 検討中 ■ 4 予定なし □ 無回答

⑨ カーボンオフセットの利用

(非化石証書やJ-クレジット制度による排出量減量の購入・売却等)

- 温室効果ガス排出量を排出権の購入により相殺する活動。または削減活動により得た排出権を他の事業者売却する活動。
- 大規模な排出業者が少ない本県では、「導入済み」と回答した事業者は1.8%（11社）に留まった。なお、「検討中」の回答割合は13.0%であった。
- 業種別では、「検討中」の回答割合は、「建設業」（20.6%）が最も高く、次いで「小売業」（14.7%）、「製造業」（12.8%）などの順となった。

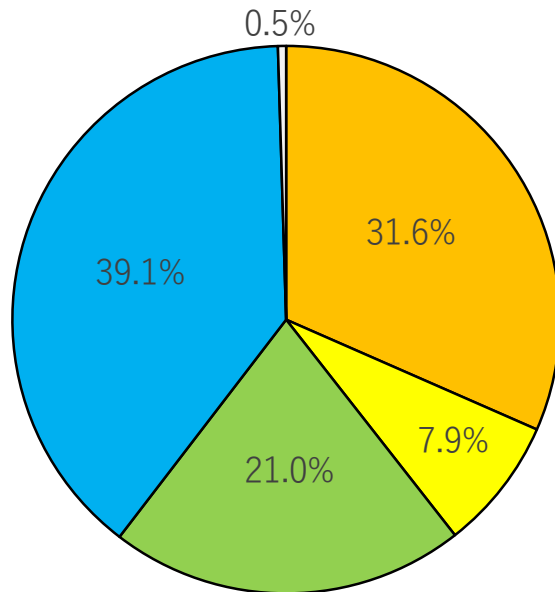


⑩ ハイブリット車の購入

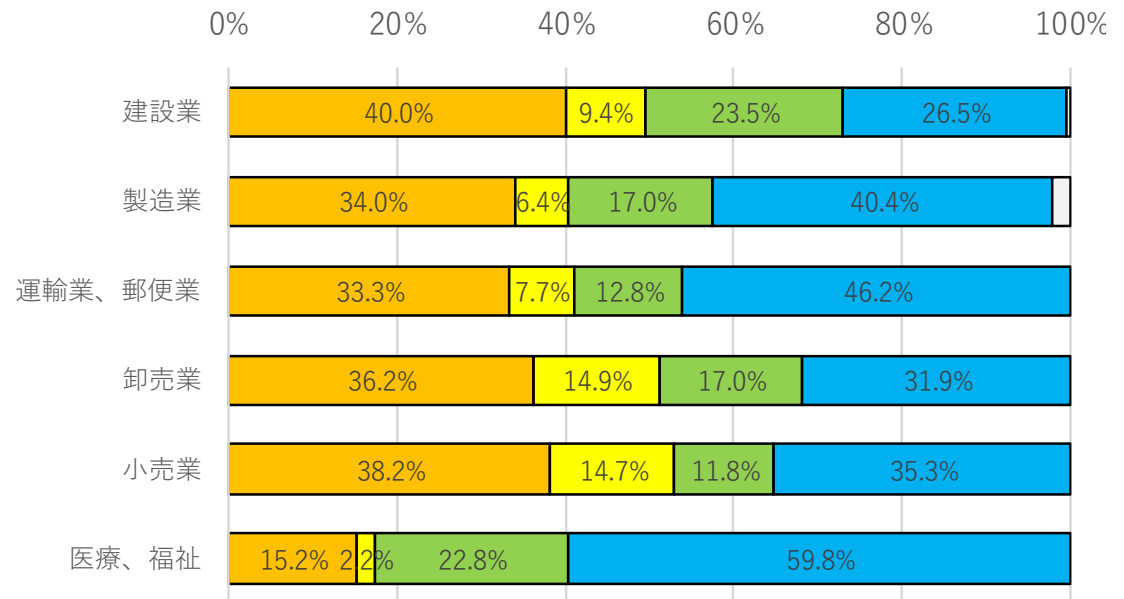
利用エネルギーの転換

- 化石燃料の使用削減を通じ温室効果ガス排出量を減らす取組。
 ○全体では、「導入済み」の回答割合が31.6%、「導入予定」(7.9%)、「検討中」(21.0%)、「予定なし」(39.1%)となった。
 ○業種別では、「導入済み」の回答割合は、「医療、福祉」(15.2%)を除き、概ね4割程度となった。

全体



業種別



N=

全体 (624)

建設業 (170)

製造業 (94)

運輸業、郵便業 (39)

卸売業 (47)

小売業 (34)

医療、福祉 (92)

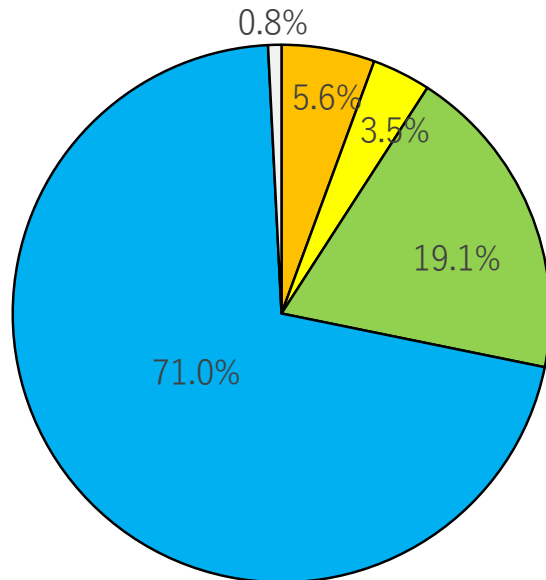
■ 1 実施・導入済み ■ 2 実施・導入予定 ■ 3 検討中 ■ 4 予定なし □ 無回答

⑪ 電気自動車の購入

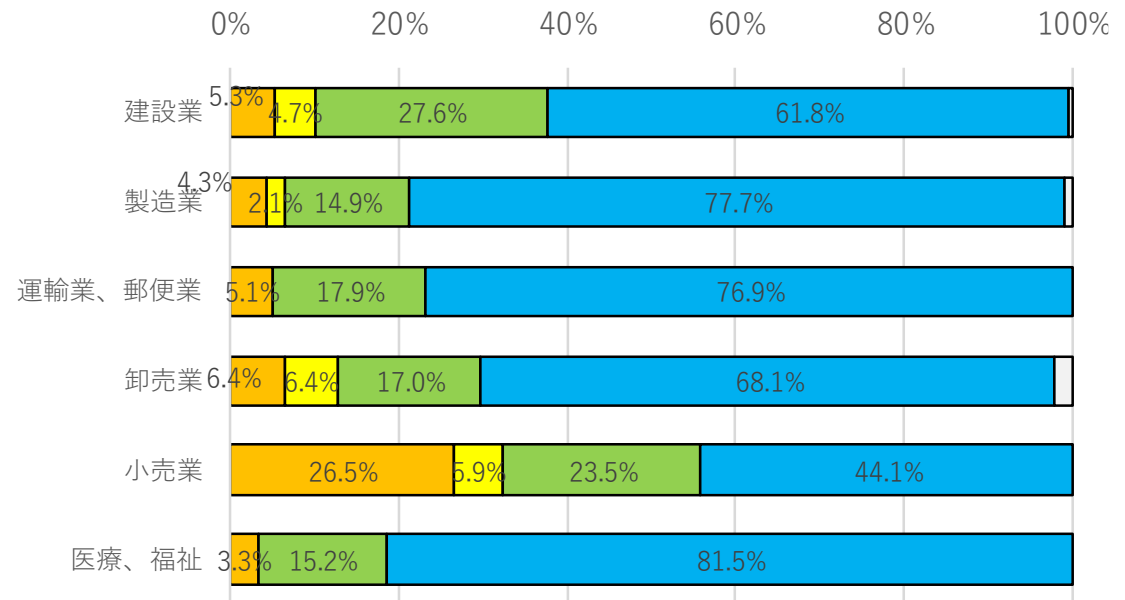
利用エネルギーの転換

- 動力源が電力のため、運転による温室効果ガスが発生しない。
 ○全体では、「導入済み」(5.6%)、「導入予定」(3.5%)、「検討中」(19.1%)、「予定なし」(71.0%)となった。
 ○業種別では、「小売業」で「導入済み」の回答割合が26.5%と高く、他の業種を大きく引き離している。

全体



業種別



N=

全体 (624)

建設業 (170)

製造業 (94)

運輸業、郵便業 (39)

卸売業 (47)

小売業 (34)

医療、福祉 (92)

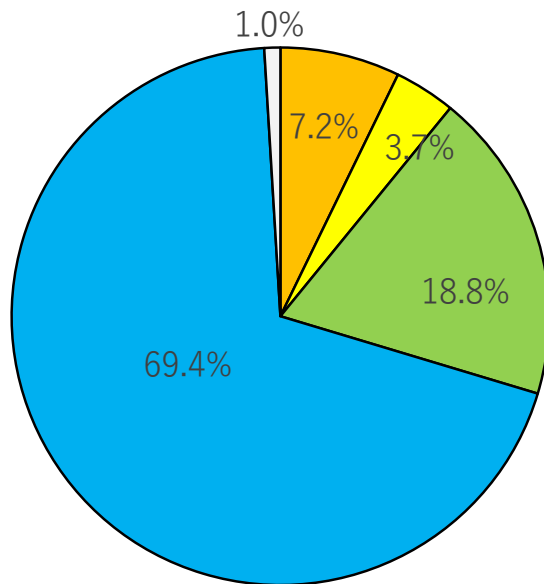
■ 1 実施・導入済み ■ 2 実施・導入予定 ■ 3 検討中 ■ 4 予定なし □ 無回答

⑫ 暖房・給湯のヒートポンプの利用

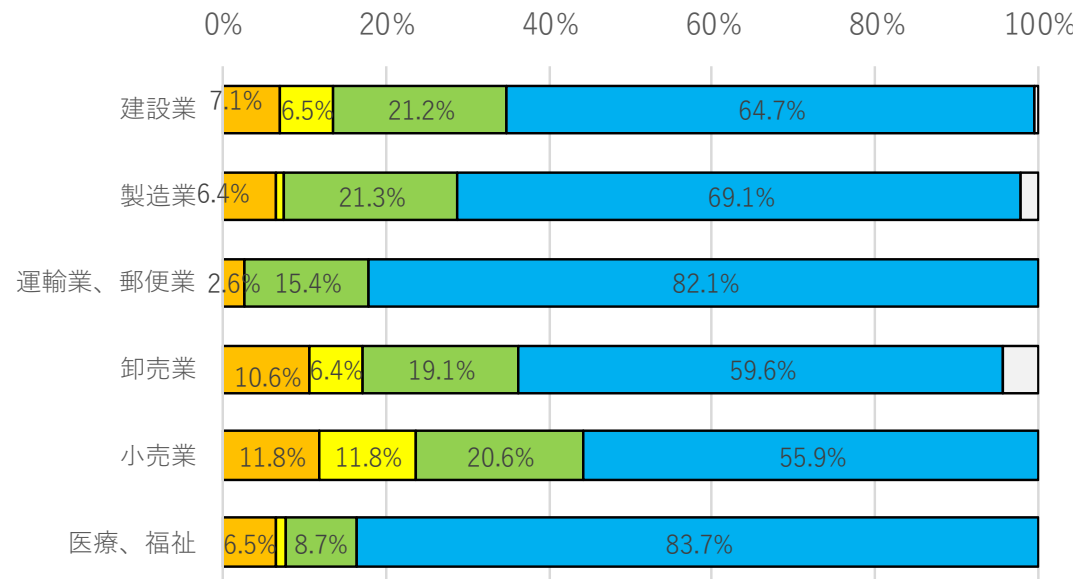
利用エネルギーの転換

- 熱交換により、投入した電気エネルギーよりも大きな熱エネルギーを得られる。
 ○全体では、「導入済み」の回答割合が7.2%、「導入予定」(3.7%)、「検討中」(18.8%)、「予定なし」(69.4%)となった。
 ○業種別では、「導入済み」の回答割合は「小売業」(11.8%)、「卸売業」(10.6%)で比較的高い。

全体



業種別



N=

■ 1 実施・導入済み ■ 2 実施・導入予定 ■ 3 検討中 ■ 4 予定なし □ 無回答

全体 (624)

建設業 (170)

製造業 (94)

運輸業・郵便業 (39)

卸売業 (47)

小売業 (34)

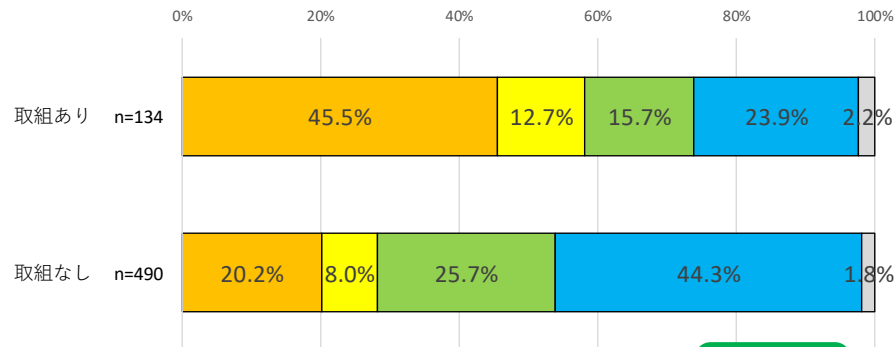
医療・福祉 (92)

●脱炭素化に向けた取組の有無別 1

- ①エコドライブの実施 実施割合は「取組あり」が43.5%、「取組なし」が20.2%と、23.3ポイント高い。
 ②自家用車の使用抑制 実施割合は「取組あり」でも7.5%に過ぎない。
 ③運用改善による省エネ推進 「取組あり」で実施割合が39.6%となり、「取組なし」(11.6%)より28.0ポイント高い。
 ④高効率の照明・空調・断熱の利用 「取組あり」で実施割合が65.7%となり、「取組なし」(32.7%)より33.0ポイント高い。

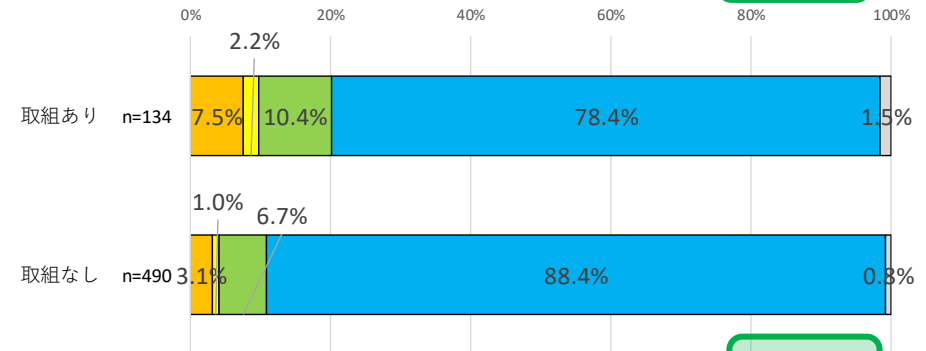
① エコドライブの実施

省エネ



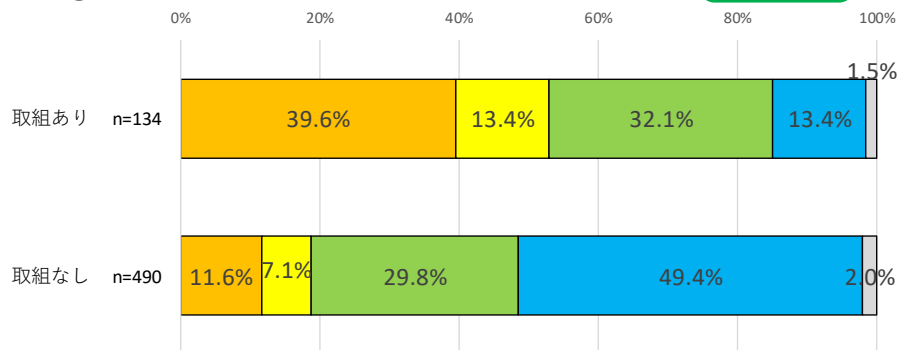
② 自家用車の使用抑制

省エネ



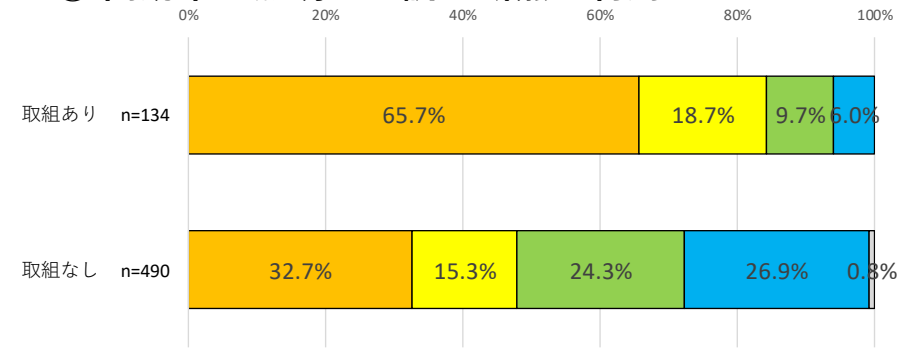
③ 運用改善による省エネの推進

省エネ



④ 高効率の照明・空調・断熱の利用

省エネ



■ 1 実施・導入済み ■ 2 実施・導入予定 ■ 3 検討中 ■ 4 予定なし □ 無回答

●脱炭素化に向けた取組の有無別 2

⑤省エネ型設備への更新、新規導入 「取組あり」の導入割合(44.8%)は「取組なし」(13.7%)の3倍を超える。

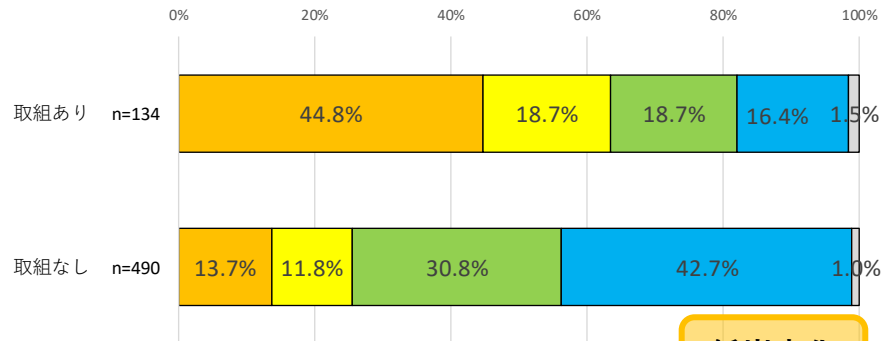
⑥再エネ100%電力・ガスプランの導入 導入割合は低いものの、「取組あり」では約1割が導入済み。

⑦再エネ発電設備の導入 「取組あり」の導入割合(23.9%)は、「取組なし」(5.5%)の4倍を超える。

⑧太陽光温水器・バイオマスボイラー等の利用 「取組あり」「取組なし」とも導入は進んでいない。

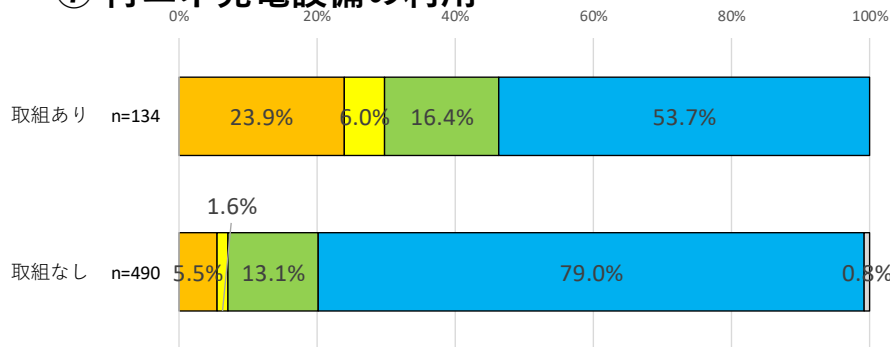
⑤ 省エネ型設備への更新、新規導入

省エネ



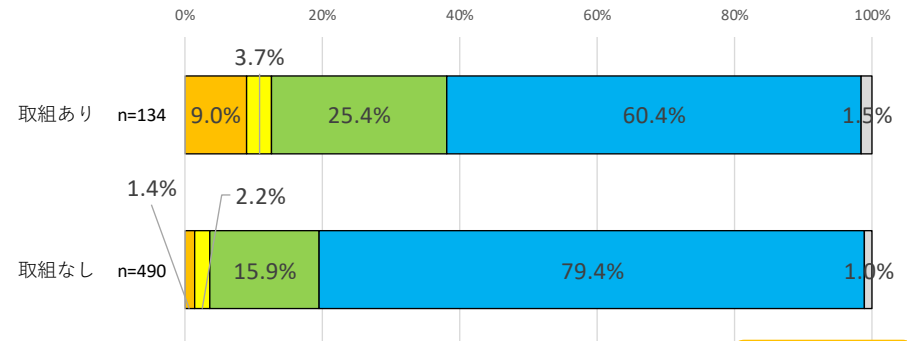
低炭素化

⑦ 再エネ発電設備の利用

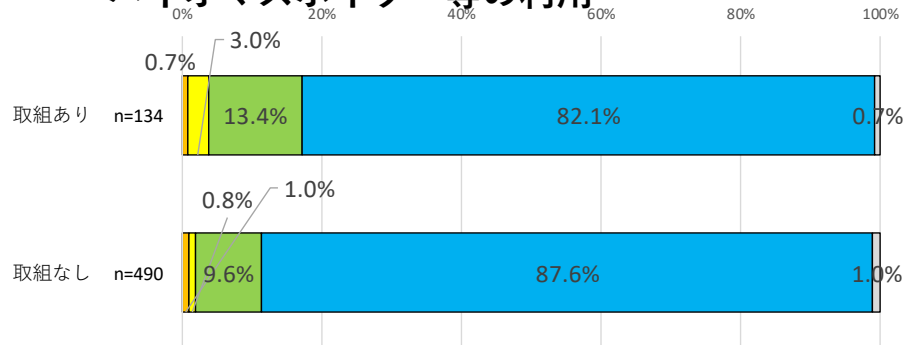


⑥ 再エネ100%電力・ガスプランの導入

低炭素化

⑧ 太陽光温水器・
バイオマスボイラー等の利用

低炭素化

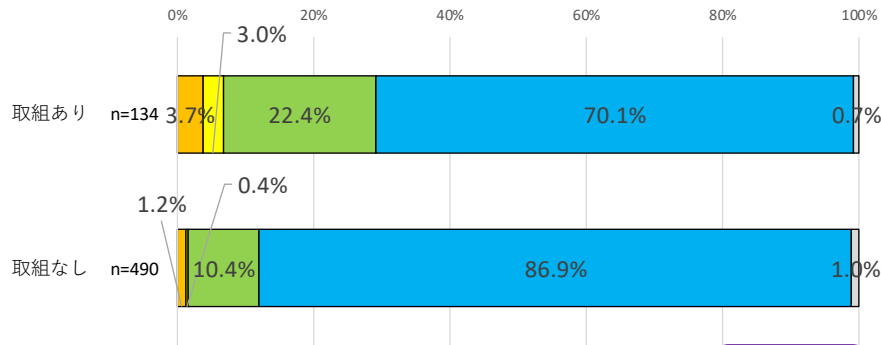


1 実施・導入済み 2 実施・導入予定 3 検討中 4 予定なし □ 無回答

●脱炭素化に向けた取組の有無別 3

- ⑨カーボンオフセットの利用 実施割合は低いが、「取組あり」では「検討中」が約2割となった。
 ⑩ハイブリット車の導入 「取組あり」の導入割合(53.0%)は「取組なし」(25.7%)の約2倍。
 ⑪電気自動車の導入 導入割合は低いものの、「取組あり」では「検討中」が約3割を占めた。
 ⑫暖房・給湯のヒートポンプの利用 「取組あり」の導入割合(11.9%)は「取組なし」(5.9%)の約2倍。

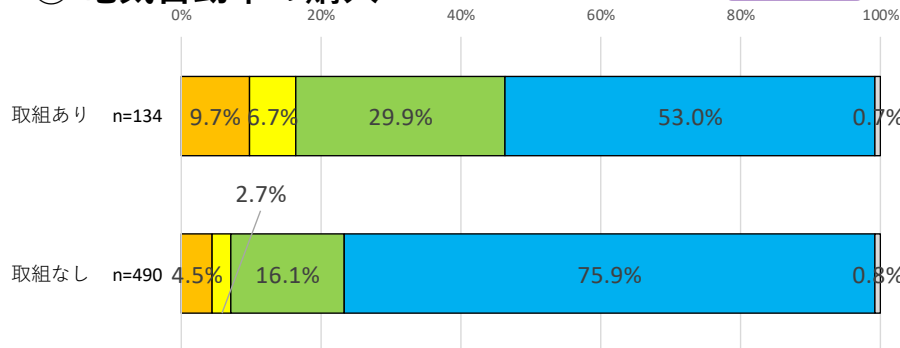
⑨ カーボンオフセットの利用



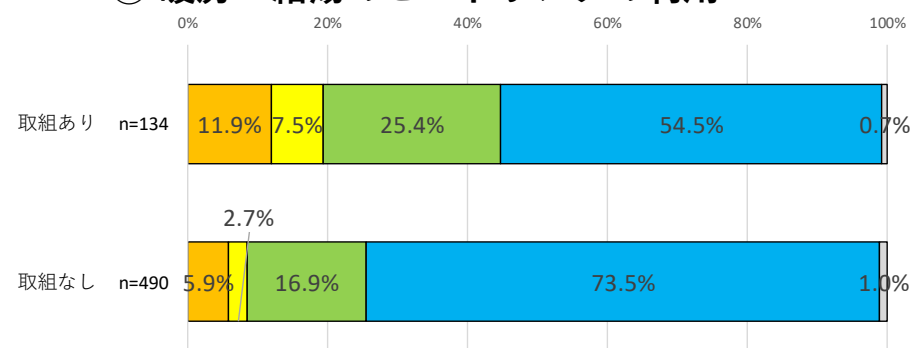
⑩ ハイブリット車の購入



⑪ 電気自動車の購入



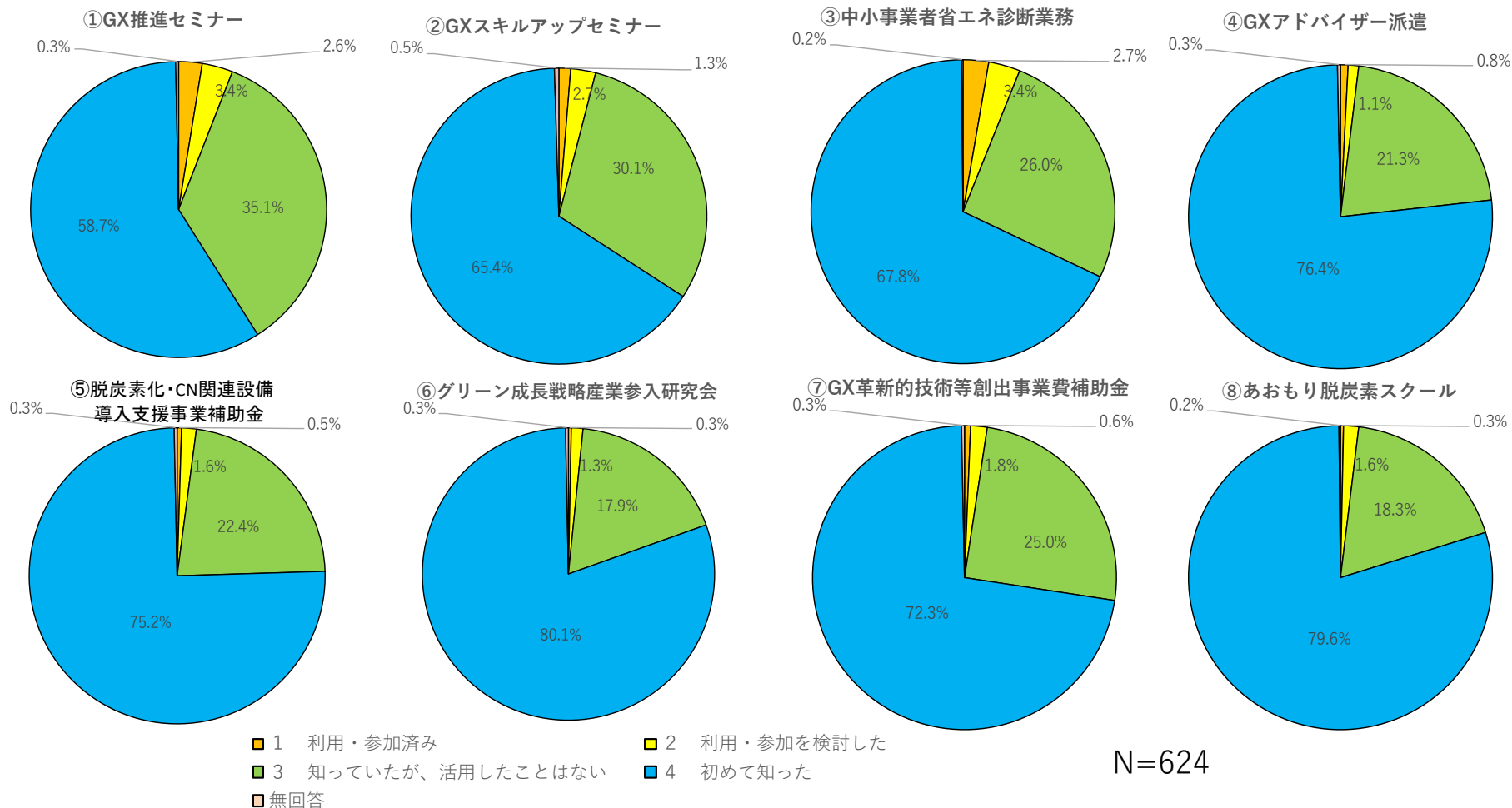
⑫ 暖房・給湯のヒートポンプの利用



1 実施・導入済み 2 実施・導入予定 3 検討中 4 予定なし □ 無回答

問14 青森県の脱炭素経営に関する施策の認知度

- 利用・参加割合が高い施策は、「中小事業者省エネ診断業務」(2.7%・17社)、「GX推進セミナー」(2.6%・16社)。
 ○施策の認知割合(「利用・参加済み」「利用・参加を検討」「知っていたが活用なし」の合計)は、「GX推進セミナー」(41.1%)、「GXスキルアップセミナー」(34.1%)、「中小事業者省エネ診断業務」(32.1%)などの順となった。
 ○施策の認知割合は概ね2割～4割程度となった。

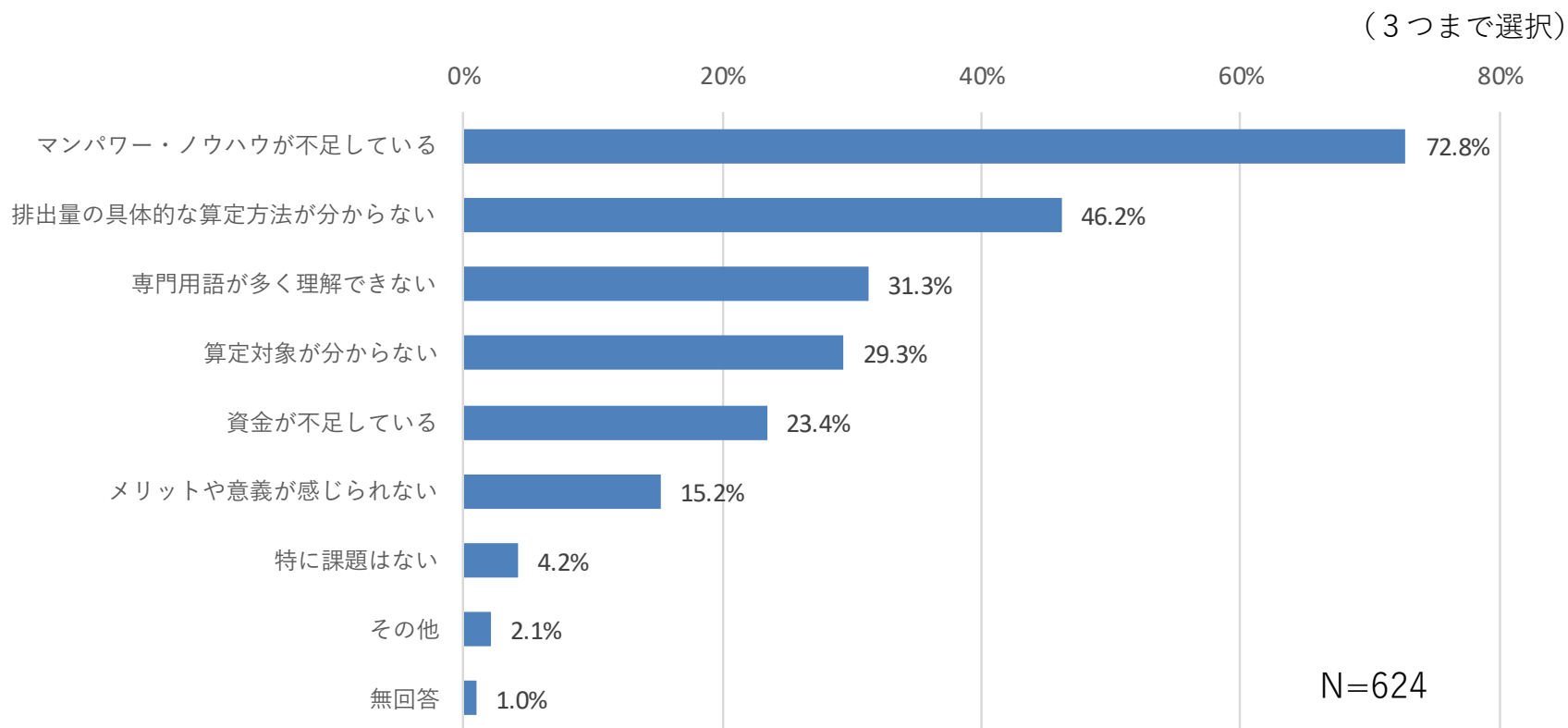


4 脱炭素経営に取り組む上での課題、必要とする支援策について

問15 脱炭素化に取り組む上の課題

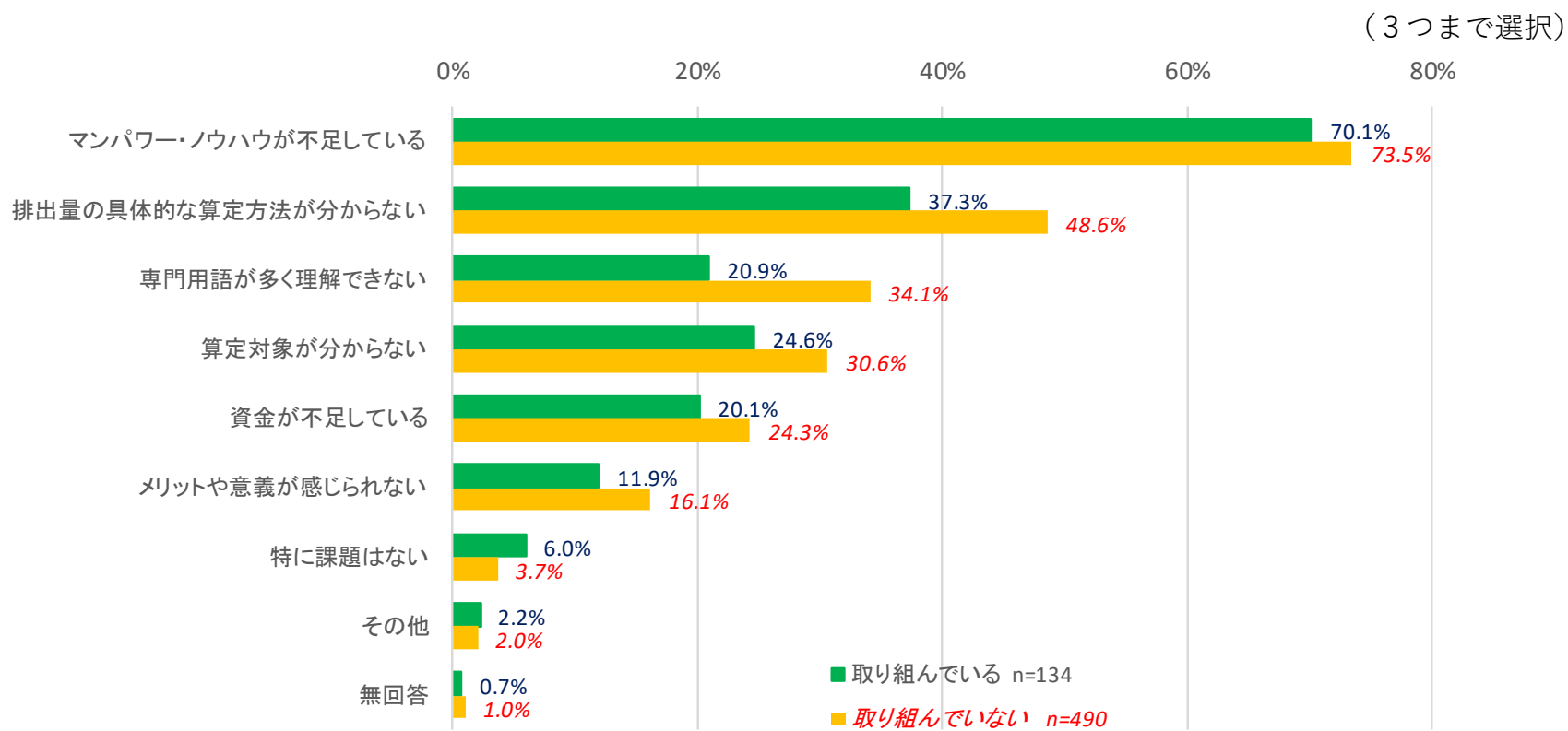
● 全体

- 7割以上の事業者が「取り組むためのマンパワー・ノウハウ不足」を課題と認識している。
- 「排出量の算定方法」「専門用語」「算定対象」等、排出量把握の実務に係る項目の選択割合は各々3～4割となった。
- 「取り組むメリットや意義を感じられない」の選択割合は15.2%に留まっていることから、脱炭素経営の意義や必要性については概ね認識していることがうかがわれる。



● 脱炭素化への取組状況別

- 脱炭素化への取組の有無にかかわらず「マンパワー・ノウハウ不足」を課題とする割合が7割を超えている。
- 「排出量の算定方法」「専門用語」「算定対象」等、排出量把握の実務に係る項目の選択割合をみると、「取組なし」の企業が「取組あり」の企業比で、各々10ポイント程度高くなっている。
- 「取り組むメリットや意義を感じられない」の選択割合は、「取組なし」の企業においても16.1%に留まっている。

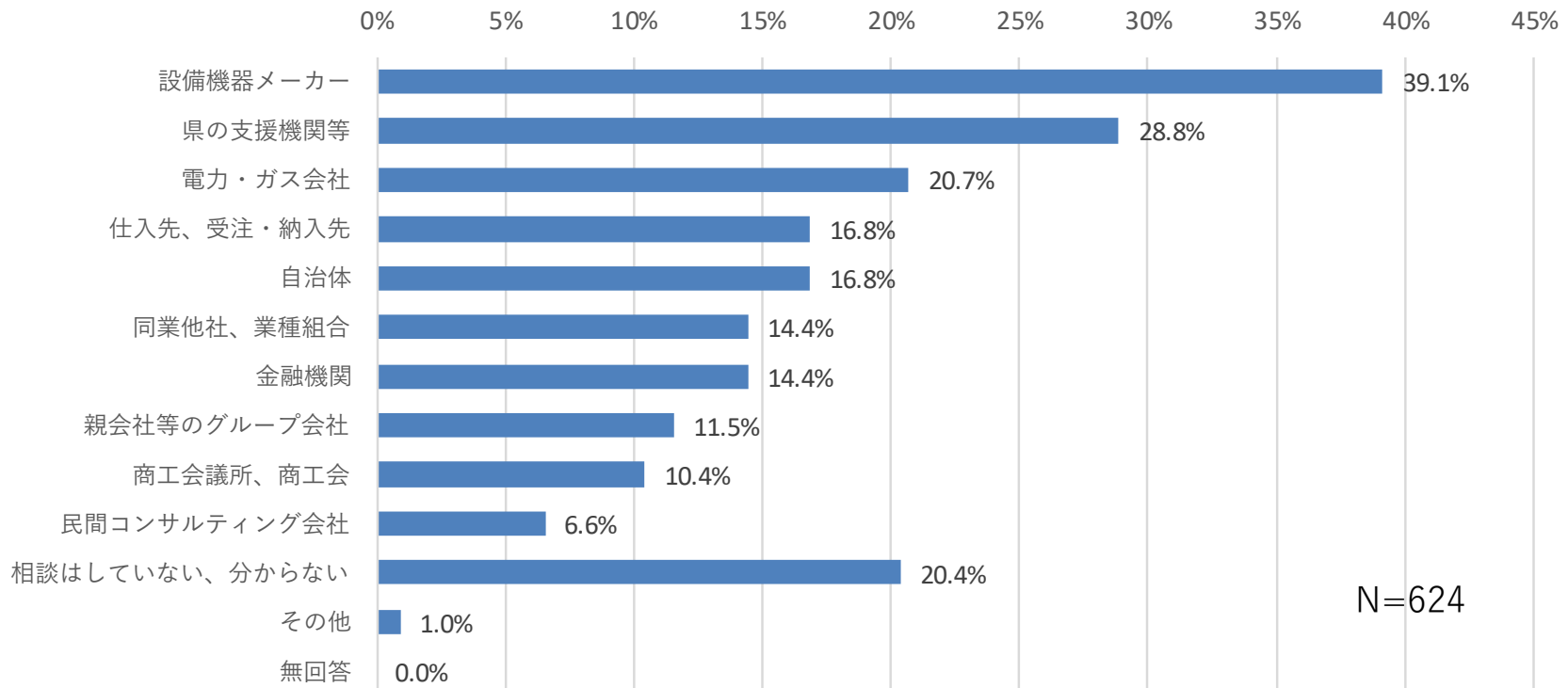


問16 脱炭素経営に取り組む際の相談先、相談先として想定される機関

●全体

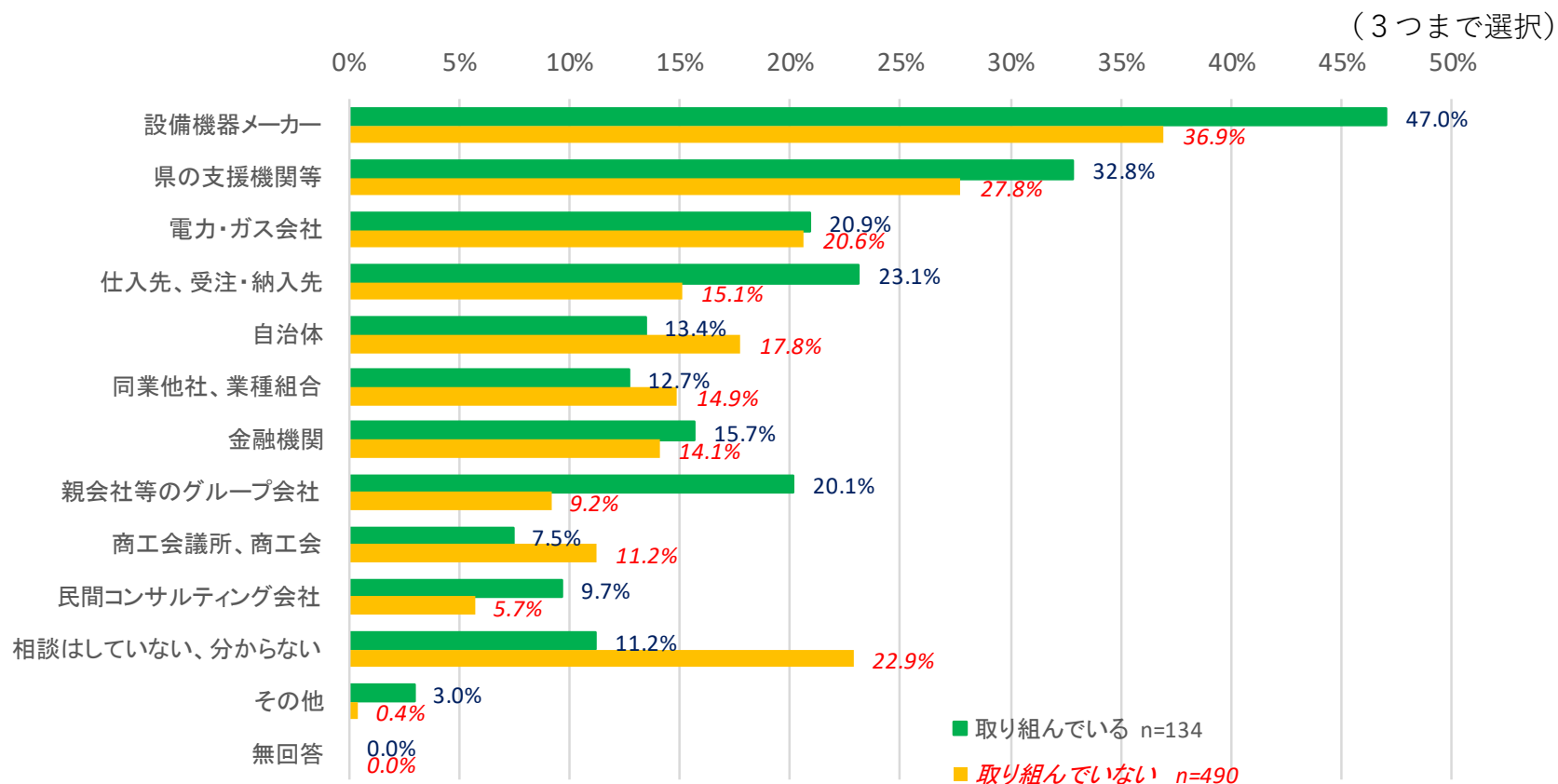
- 相談先として想定される機関は、「設備機器メーカー」(39.1%)がトップ、次いで「県の支援機関等」(28.8%)、「電力・ガス会社」(20.7%)の順となり、これら3項目の回答割合が2割を超えている。
- 約2割の企業が「相談はしていない、分からない」と回答しており、意識の醸成を図る取組が求められる。
- 「金融機関」の回答割合は14.4%と比較的低く、排出量削減と経営上のメリットの関連性を認識しにくい状況がうかがわれる。

(3つまで選択)



● 脱炭素化への取組状況別

- 「取組あり」の企業の約5割が「設備メーカー」を相談先に想定している。
- 「取組あり」の企業では、「設備機器メーカー」(47.0%)が1位、次いで「県の支援機関等」(32.8%)、「仕入先、受注・納入先」(23.1%)、「電力・ガス会社」(20.9%)、「親会社等のグループ会社」(20.1%)の順となり、回答割合が2割を超えている。
- 「取組なし」の企業では、「設備機器メーカー」(36.9%)、「県の支援機関等」(27.8%)、「電力・ガス会社」(20.6%)、「自治体」(17.8%)、「仕入先、受注・納入先」(15.1%)などの順となっている。なお、「相談はしていない、分からない」(22.9%)が2割を超えている。

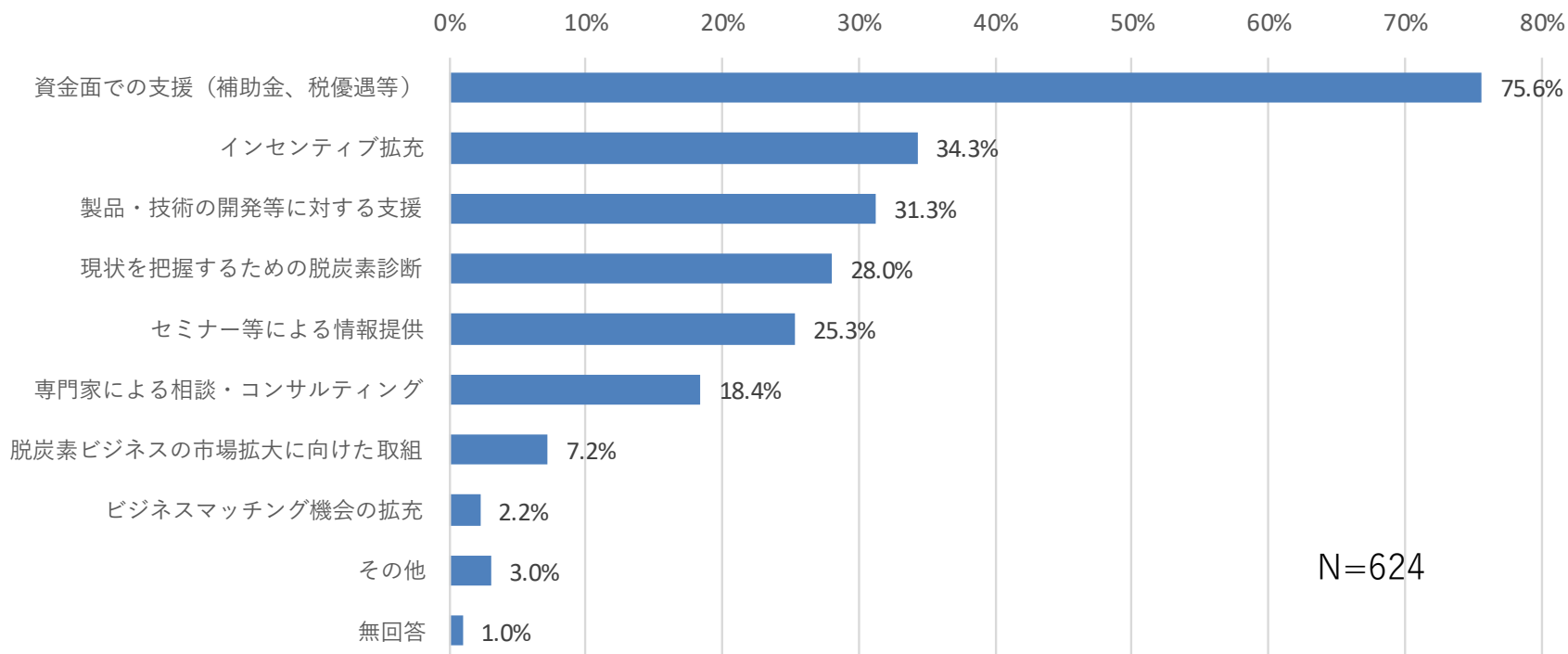


問17 脱炭素経営のために行政に期待する支援内容

● 全体

- 行政に期待する支援内容は「資金面での支援（補助金、税優遇等）」が7割を超え、他の回答項目を大きく引き離している。
- 回答割合が高い順に、「資金面での支援」(75.6%)、「インセンティブ拡充」(34.3%)、「製品・技術の開発等に対する支援」(31.3%)となった。なお、これらの3項目の選択肢にはかっこ書きで（補助金上乘せ）（補助金、助成金等）が補記されており、行政に期待する支援内容として「補助金」のニーズが非常に高いことがうかがわれる。

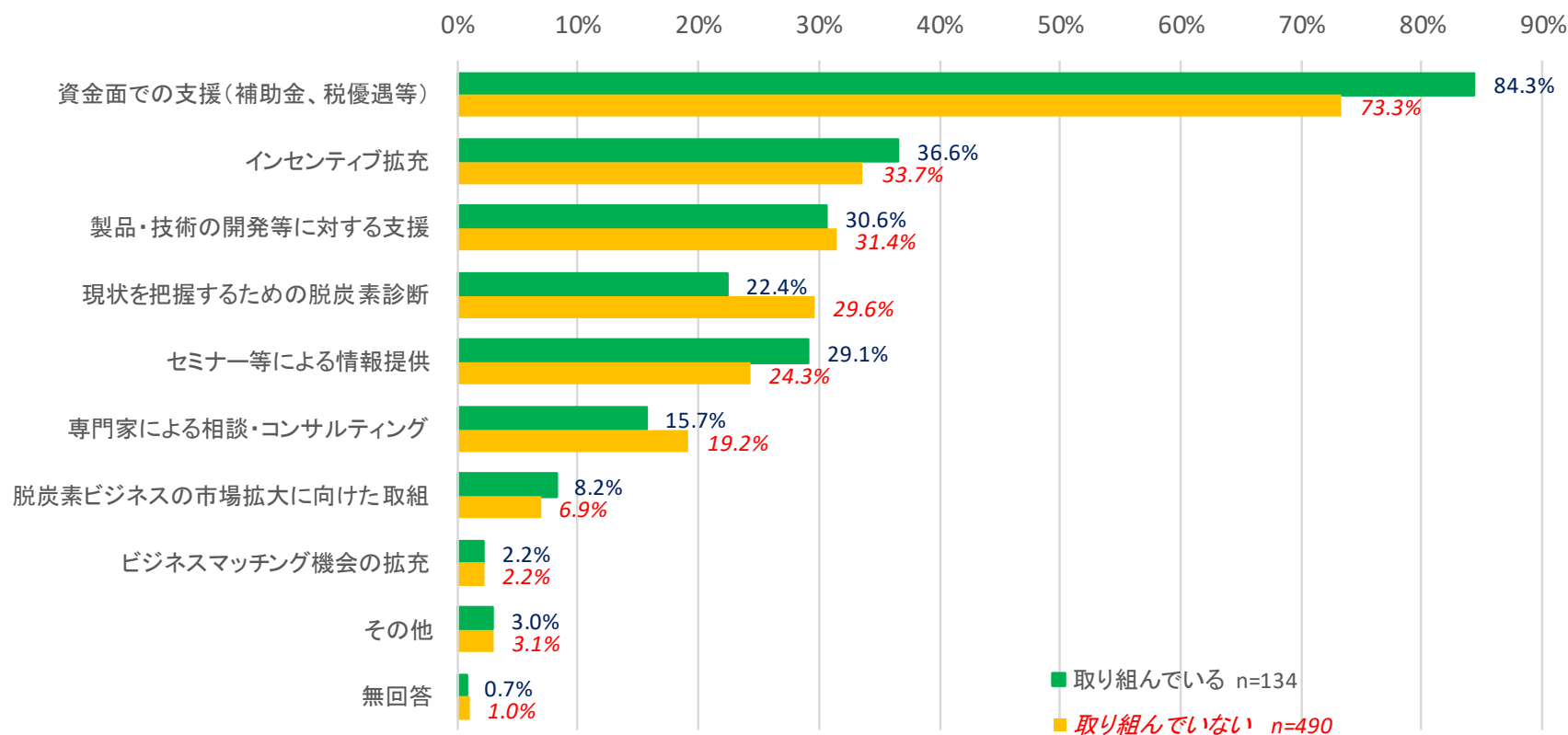
（3つまで選択）



●脱炭素化への取組状況別

- 取組の有無による傾向の違いは比較的小さい。
- 「取組あり」の企業では「資金面での支援（補助金、税優遇等）」（84.3%）が、「取組なし」の企業比で11.0ポイント高い。
- 「取組なし」の企業では「現状を把握するための脱炭素診断」（29.6%）が、「取組あり」の企業比で7.2ポイント高く、「専門家による相談・コンサルティング」（19.2%）も、「取組あり」の企業比で3.5ポイント高い。
- 「脱炭素ビジネスの市場拡大に向けた取組」「ビジネスマッチング機会の拡充」に対するニーズは取組の有無によらず1割未満となった。

（3つまで選択）

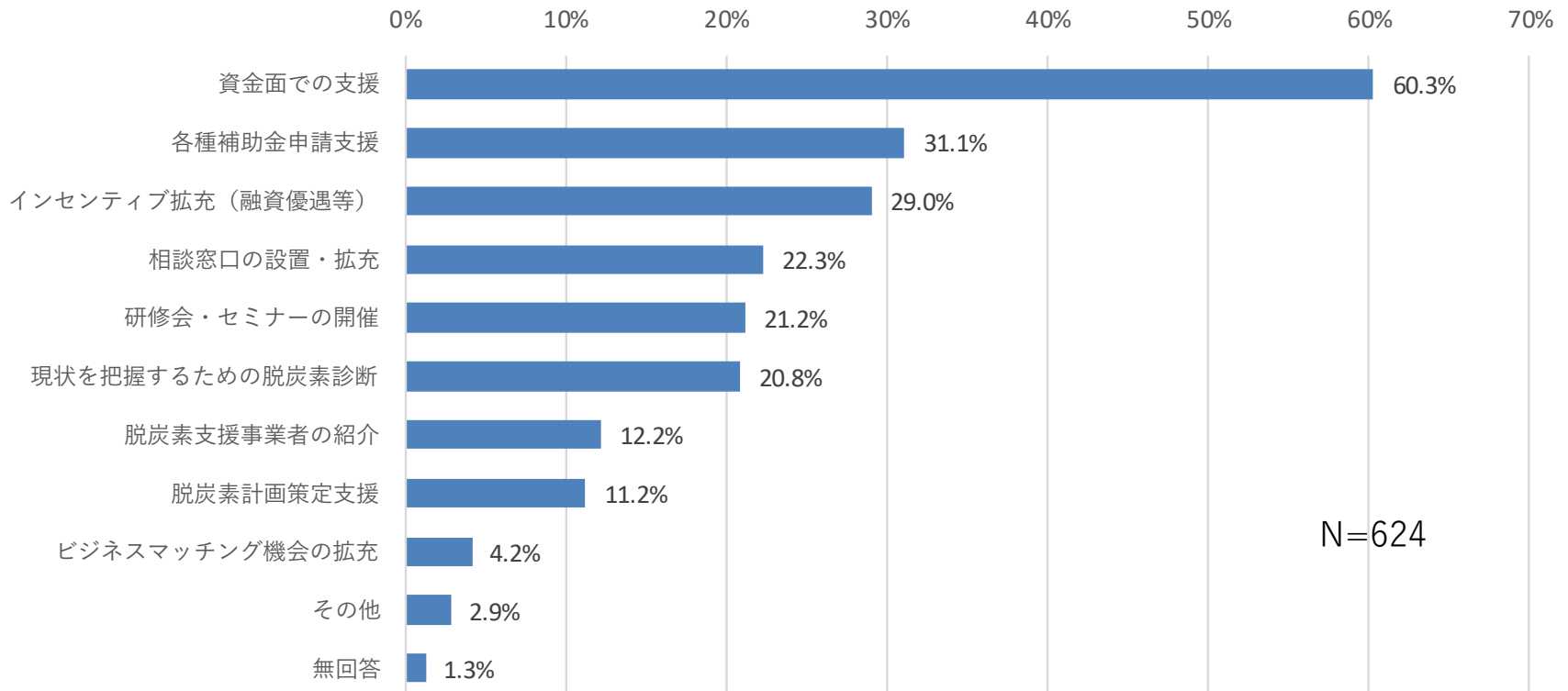


問18 脱炭素経営のために金融機関等の支援機関に期待する支援内容

●全体

- 金融機関等の支援機関に期待する支援内容は「資金面での支援」が約6割となり、他の回答項目を大きく引き離している。
- 回答割合の高い順に、「資金面での支援」(60.3%)、「各種補助金申請支援」(31.1%)、「インセンティブ付与（融資優遇等）」(29.0%)の順となり、資金面に関するニーズが上位を占めた。
- 「相談窓口の設置・拡充」(22.3%)、「研修会・セミナーの設置」(21.2%)、「現状を把握するための脱炭素診断」(20.8%)の回答割合がそれぞれ2割台となった。
- 「ビジネスマッチング機会の拡充」の回答割合は1割未満となり、脱炭素をビジネスチャンスととらえる企業は僅かである。

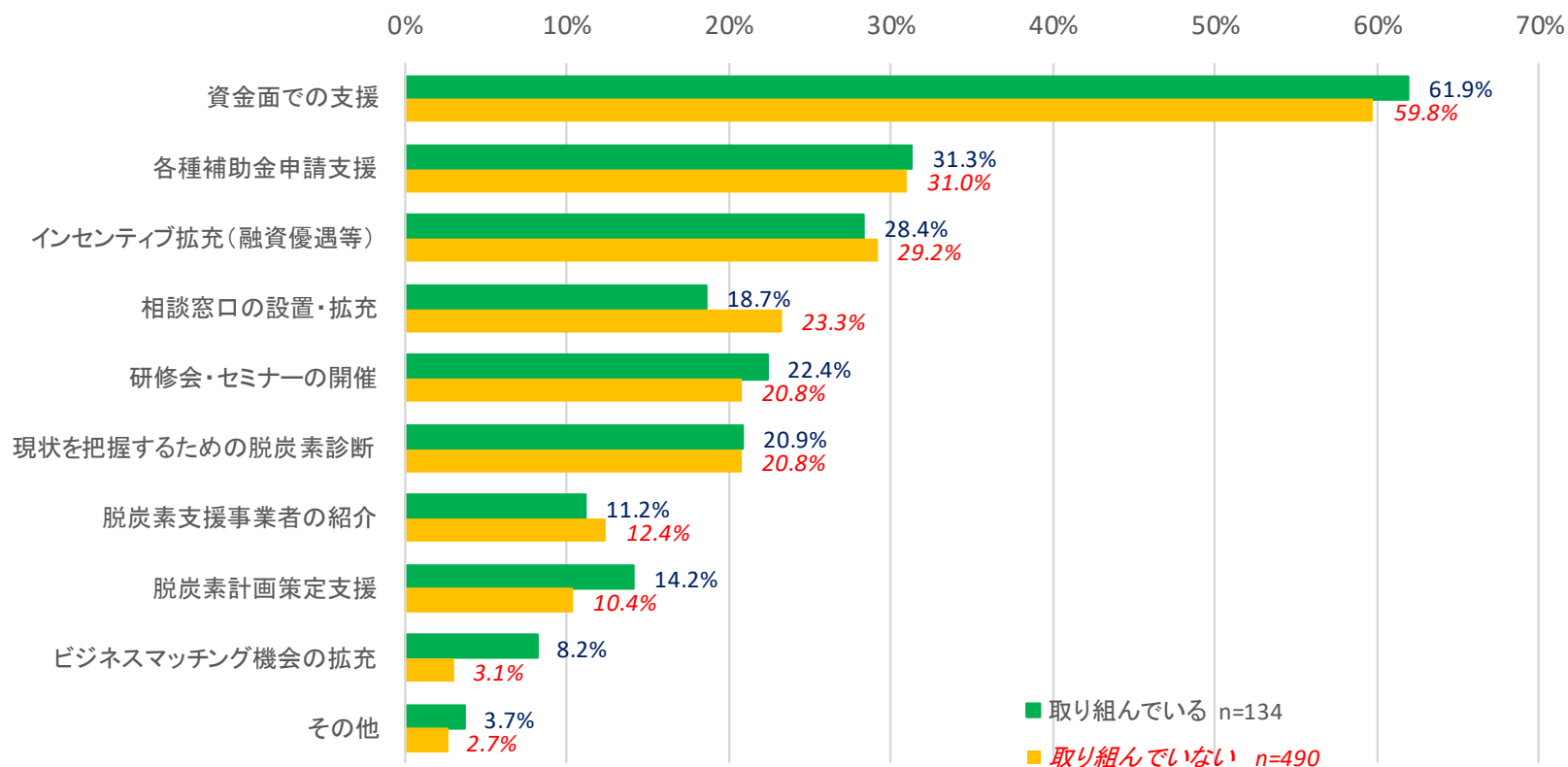
(3つまで選択)



● 脱炭素化への取組状況別

- 取組の有無による傾向の違いはみられない。
- 「相談窓口の設置・拡充」の回答割合は、「取組なし」(23.3%)の企業が、「取組あり」(18.7%)の企業比で4.6ポイント高くなっている。
- 「取組あり」の企業では、「脱炭素計画策定支援」を期待する割合が14.2%と、相応の需要が存在するものとみられる。

(3つまで選択)



問19 青森県に若者が定着するために民間企業として取り組むべきこと (自由記述)

●要旨

- 自由記述の回答数は121社（n=624）、回答率19.4%。
- 取組内容としては、「賃金・福利厚生向上」に係るものが44件と回答数の36.4%を占めた。
- 取組内容別に分類すると、多い順に「賃金・福利厚生向上」(44件)、「地域との連携・生活支援」(7件)、「働き方・職場環境の改善」「所得向上・格差是正」(5件)、「情報発信・企業PR」「地域活性・インフラ整備」(4件)、「キャリア形成・教育支援」「やりがい・自己実現の支援」(3件)、「ワークライフバランスの推進」(2件)などとなった。

●回答内容一覧

カテゴリー	期待される効果	具体的な取組内容	回答No. (集計表参照)
賃金・福利厚生向上 (44件)	・生活の安定は若者の定着に不可欠であり、待遇改善は最も多く言及されている。 ・待遇の改善により、経済的安心感が得られ、長期的な定着につながる。	・実質賃金の引き上げ → 117,118 ・新技術習得支援（ドローン、BIM/CIM） → 14 ・キャリアアップ支援制度の整備 → 14,75 ・地方でも豊かな生活ができる環境の整備 → 105,121 ・福利厚生の充実（住宅手当、育児休暇など） → 12,14,114	6, 9, 12, 14, 16, 19, 20, 21, 22, 26, 42, 44, 46, 47, 48, 49, 54, 57, 58, 59, 60, 62, 63, 71, 72, 75, 84, 87, 90, 94, 95, 98, 101, 102, 104, 105, 108, 111, 112, 114, 117, 118, 120, 121
地域との連携・生活支援 (7件)	・生活環境の整備は働く意欲と地域への愛着を高める。 ・地域に根ざした暮らしが可能となり、定住意識が強まる。	・職員の生活の充実と安定支援 → 8 ・雇用の創出・拡充・安定 → 41 ・地域行事への参加を通じた郷土愛の醸成 → 116 ・「住みたい場所で働く」という選択肢の提示 → 64	8, 41, 61, 64, 74, 83, 116

●回答内容一覧

カテゴリー	期待される効果	具体的な取組内容	回答No. (集計表参照)
働き方・職場環境の改善 (5件)	・働きやすさや職場の雰囲気は若者の職場選びに大きく影響する。 ・職場への満足度が向上し、離職率の低下につながる。	・柔軟な勤務体制（産後ママ・パパ対応）→96 ・奨学金返還支援制度の導入→7 ・働きがいのある職場づくり→17 ・若手が安心して働ける雰囲気づくり→23	7, 13, 17, 23, 96
所得向上・格差是正 (5件)	・首都圏との格差が若者流出の要因となっている。 ・地域間格差の是正により、地元での就業意欲が高まる。	・首都圏水準以上の所得実現→33 ・地域間格差の是正に向けた情報収集と提供→24,43,99	24, 33, 36, 43, 99
情報発信・企業PR (4件)	・企業の魅力が伝わらなければ若者に選ばれない。 ・Uターン・Iターン希望者の増加が期待できる。	・SNSや求人サイトによる情報発信→66,78 ・ピンポイントなターゲット向けPR→3 ・教育機関との連携による企業PR→31	3, 31, 66, 78
地域活性・インフラ整備 (4件)	・地域の魅力や利便性が若者の定住意識に影響する。 ・暮らしやすい地域づくりが進み、人口流出の抑制につながる。	・教育・インフラ・行政サービスとの連携強化→5 ・文化芸術体験への補助制度→65 ・地域貢献の可視化と周知→51	5, 38, 51, 65

●回答内容一覧

カテゴリー	期待される効果	具体的な取組内容	回答No. (集計表参照)
キャリア形成・教育支援 (3件)	・成長機会やスキル習得は若者の将来設計に重要。 ・自己成長を実感できることで、企業への定着が促進される。	・キャリアパスの整備と成長機会の提供 →76 ・インターンや短期アルバイトの募集 →79 ・資格取得支援とスキルアップ環境の整備 →15	15, 76, 79
やりがい・自己実現の支援 (3件)	・若者は仕事に意味や成長を求める傾向が強い。 ・仕事へのモチベーションが高まり、定着率が向上する。	・成長実感が得られる制度づくり →50 ・ライフデザインを意識した働き方支援 →103 ・若者の時代背景を踏まえた企業文化の整備 →10	10, 50, 103
ワークライフバランス の推進 (2件)	・働き方の柔軟性は現代の若者にとって重要な価値。 ・生活の質が向上し、長期的な雇用維持につながる。	・スポーツ観戦や文化活動の機会提供 →40 ・交通インフラの整備による移動の利便性向上 →40 ・地元企業の協力による財源確保 →30	30, 40

問20 新たに取り組みたいこと、県や金融機関への要望など (自由記述)

●要旨

- 自由記述の回答数は76社 (n=624)、回答率12.2%。
- 課題・要望の内容を分類すると、多い順に「脱炭素経営への対応」(18件)、「人材確保・育成」(14件)、「資金・補助制度への要望」(11件)、「地域活性化・若者定着」(4件)の順となった。

●回答内容一覧

カテゴリー	主な回答内容（要旨）	回答No.（集計表参照）
脱炭素経営への対応 (18件)	・中央の成長企業の取り組み情報提供を希望（卸売業） →7 ・中小企業には脱炭素への設備投資が負担。現実的な対応が必要（建設業） →10 ・高コストの設備投資は非現実的。まずは資金的余裕を生む政策を（サービス業・他に分類されない） →12 ・省エネやペーパーレスなど身近な取り組みから始めたい（卸売業） →13 ・職場環境改善のための助成を希望（建設業） →16 ・中小企業向けの再生可能エネルギー設備導入支援を希望（製造業） →17 ・脱炭素よりも人口減少対策として家族教育の重要性を提言（医療、福祉） →21 ・業務最適化と組織強化の上で脱炭素に取り組みたい（製造業） →24 ・脱炭素社会に悲観的。新技術と少子化対策に予算を使うべき（教育、学習支援業） →28	7, 10, 12, 13, 16, 17, 21, 24, 28, 30, 33, 44, 45, 49, 57, 63, 69, 70
人材確保・育成 (14件) ※次頁に続く	・積極的な若者の採用・人材育成（建設業） →4 ・人材確保やICT対応が喫緊の課題。人口減少に対応した包括的なビジネスモデルの提案が必要（建設業） →5 ・大型免許取得者が少なく、運送業の魅力を高める必要あり。運賃法制化を希望（運輸業、郵便業） →6	4, 5, 6, 11, 31, 43, 46, 47, 52, 60, 61, 64, 66, 73

●回答内容一覧

カテゴリー	主な回答内容（要旨）	回答No.（集計表参照）
人材確保・育成 （14件）	・若手人材育成とICT化を強化。支援制度の拡充を期待 （建設業） →11 ・雇用と住みやすい街づくりを要望（建設業） →18 ・若者の定着には雇用・育成支援制度が必要（製造業） →31 ・若者が戻ってくる魅力ある企業づくりのため、補助金拡充を希望（卸売業） →43 ・人手不足が深刻。若者向けの就職斡旋を希望 （運輸業、卸売業） →46 ・若者が県外に出ないよう娯楽施設の誘致を希望 （建設業） →47 ・交通機関や商業施設の強化を希望。若者流出の防止策として（医療、福祉） →52	4, 5, 6, 11, 31, 43, 46, 47, 52, 60, 61, 64, 66, 73（再掲）
資金・補助制度への要望 （11件） ※次頁へ続く	・ICT活用による生産性向上と助成金拡充を希望 （建設業） →26 ・CO₂排出量の数値化評価と断熱改修への補助制度充実を希望 （製造業） →37 ・企業体力を補填する補助金・助成金政策を希望 （医療、福祉） →38 ・最低賃金引上げに伴う企業負担軽減策を希望 （不動産業、物品賃貸業） →39 ・業種ごとの経営戦略アドバイスと補助金・融資支援を希望 （生活関連サービス業、娯楽業） →48 ・補助金の募集期間が短く、導入タイミングに合わない （建設業） →50 ・休眠地取得者への固定資産税軽減と資金優遇措置を希望 （運輸業、郵便業） →53	25, 26, 37, 38, 39, 48, 50, 53, 54, 59, 68

●回答内容一覧

カテゴリー	主な回答内容（要旨）	回答No.（集計表参照）
資金・補助制度への要望 （11件）	・賃金アップを迫られる中小企業への助成を希望 （卸売業） →54 ・新規事業支援、資金融通、補助金制度の使いやすさ改善を希望（卸売業） →59 ・費用負担が重くなる中、税金や水道料の軽減など自治体支援を希望（医療、福祉） →68	25, 26, 37, 38, 39, 48, 50, 53, 54, 59, 68（再掲）
地域活性化・若者定着 （4件）	・地域や業種ごとの研修会・セミナー開催を希望 （建設業） →8 ・雇用と住みやすい街づくりを要望（建設業） →18 ・地域共生社会の実現に向けた施設更新支援を希望 （医療、福祉） →44 ・地産地消や高齢者見守りなど食を通じた地域貢献を希望 （製造業） →58 ・地元で治療できる医療体制の確立を希望（建設業） →72	8, 18, 58, 72
その他特徴的な意見	・創業間もない企業が挑戦しようとする金融機関からブレーキをかけられる。夢を持てる支援体制と、長期的な視点での伴走支援を望む。（運輸業、郵便業） →29 ・CO₂排出量を製造段階から数値化し評価する制度の導入を希望。断熱改修や新築への補助制度の充実も求めている。 （製造業） →37 ・将来的に企業が負担する賦課金が重くなる。水道料や税金の軽減など、自治体による支援が起爆剤になる可能性がある。 （医療、福祉） →68 ・人手不足が深刻で、企業努力だけでは限界。若者向けの地域企業への就職斡旋など、自治体の積極的な関与を求める。 （運輸業、郵便業） →46	